

Відвідування тематичного івенту, музею або виставки починає розглядатися вже зовсім під іншим і незвичним кутом, привносячи в процес такий елемент, як інтерактивна взаємодія.

Безумовно, гейміфікація затребувана не у всіх заходах, а лише в тих, де є гостра необхідність зробити наповнення програми «легшим», так би мовити, в ігровій формі, щоб отримати певний ефект. Цей ефект вимірюється рядом показників, серед яких основними є велика емоційна залученість учасників (туристів) в процес за рахунок ігрового формату (створення легенди / історії в рамках завдання) і використання сучасних технологій; постійний і вимірний зворотний зв'язок з учасниками. У підсумку захід виходить більш динамічним, цікавим і різноманітним, створює емоції і враження, які безпосередньо впливають на його результат.

Сьогодні віртуальний світ має неабиякий вплив на суспільство, метод гейміфікації має великі перспективи. Сфера туризму зацікавлена в тому, щоб інтегрувати методи гейміфікація в свої бізнес процеси і залучати більшу кількість туристів.

#### **Список літератури:**

1. Гейміфікація в організації заходів. URL : <https://ubihall.com.ua/uk/2019/09/09/pograemo-geimifikatsiia-v-organizatsii> (дата звернення: 10.02.2020)

2. Диджитализация мероприятия: зачем это нужно. URL : <https://rb.ru/opinion/klassnyi-event> (дата звернення: 02.03.2020)

3. Геймификация в мобильном приложении. URL : <https://blog.eventicious.com/geimifikatsiia-v-mobilnom-prilozhenii> (дата звернення: 21.02.2020)

УДК 338.48 (477)

**Федоренко Т. М.**

аспірант кафедри підприємництва і торгівлі,  
*Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг*

### **ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТА ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ**

На сьогодні одним з головних критеріїв забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг України є застосування інновацій, що позитивно впливають не тільки на процес просування, продажу туристичного продукту або надання туристичної послуги, а і на економіку країни в цілому.

Варто відзначити, що саме впровадження інновацій на ринку туристичних послуг дає значний поштовх до динамічного розвитку наявних фінансових, матеріальних та природно-географічних можливостей країни, та як результат, спонукає суб'єктів ринку туристичних послуг постійно вдосконалювати та

застосувати інформаційні технології, що дають змогу отримувати фінансові та інші переваги від синергетичного ефекту й інтеграційних процесів, починаючи від розробки спеціалізованих програмних засобів, що забезпечують автоматизацію роботи окремої туристичної фірми чи готелю, і закінчуючи використанням глобальних комп'ютерних мереж. Також, сучасні інформаційні технології дають змогу не тільки можливість автоматизувати процес організації роботи туристичних об'єктів, але й процес прийняття важливих управлінських рішень та надання туристичних послуг.

Дослідженню питань інноваційних процесів на ринку туристичних послуг присвячено велику кількість робіт як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Так, Г. Михайліченко [1] обґрунтовано модель інноваційних туристичних кластерів як головного фактору підвищення конкурентоспроможності регіонів та країни загалом. М. Зуєва [2] проаналізувала наявні підходи щодо обґрунтування доцільності інновацій у сфері гостинності і визначила напрями інноваційної діяльності в цій галузі в залежності від елементів туризму; О. Кальченко [3, с. 149–150] виокремила вісім основних принципів інновацій на ринку туристичних послуг, також в її роботі обґрунтовано позитивні і негативні чинники, які впливають на процес реалізації інноваційної діяльності в туризмі.

Проте, незважаючи на значну кількість наукових розробок вчених щодо впровадження та впливу інновацій на ринку туристичних послуг, варто відзначити про необхідність комплексного вивчення особливостей застосування інновацій, адже саме вони забезпечують ефективний розвиток туристичної галузі в сучасних умовах.

Інновацій на ринку туристичних послуг – це відповідні нововведення, що супроводжуються відновленням та розвитком фізичних та духовних сил туристів, є принципово новими змінами туристичного продукту, що на пряму впливають на ефективність функціонування складових індустрії туризму; підвищення ефективності процесів формування; позиціонування та споживання туристичних товарів і послуг та відображаються прогресивними змінами факторів виробництва.

Таким чином, застосування інновацій на ринку туристичних послуг спрямоване на формування абсолютно нового туристичного продукту, надання унікальних туристичних послуг, застосування нових маркетингових підходів, використовуючи новітні техніки та ІТ-технології, що підвищить конкурентоспроможність туристичного продукту на національному та міжнародному ринках, призведе до появи нових видів туризму.

Отже, ключовою основою розвитку ринку туристичних послуг є створення конкурентоспроможного на національному та міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби, що є неможливим без залучення інновацій.

### **Список літератури:**

1. Михайліченко Г. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону [Електронний ресурс] / Г. Михайліченко // Вісник Національного університету «Львівська

політехніка». – 2012. – № 7 (727). – С. 341–350. – Режим доступу : [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13980/1/50\\_341-349\\_Vis\\_727\\_Menegment.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13980/1/50_341-349_Vis_727_Menegment.pdf).

2. Зуева М. Инновационная деятельность как средство укрепления инновационного потенциала индустрии туризма [Электронный ресурс] / М. Зуева // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – Режим доступа : <http://www.uecs.ru/uecs41-412012/item/1359-2012-05-25-06-57-28>.

3. Кальченко О. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі / М. Кальченко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету : зб. наук. праць. – Чернігів : ЧДТУ, 2011. – № 4 (54). – С. 147–155.