

УДК 33.379.8

Росла. М.В.¹, Жученко В.Г.²

¹ студ. гр. ФТБ 2-15, Державний торговельно-економічний університет»,
м. Київ

² канд. екон. наук, доцент, Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ

ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК РУШІЙ ПРОГРЕСУ В СФЕРІ ТУРИЗМУ

Туризм є однією з найдинамічніших і найвпливовіших галузей світової економіки, що відіграє ключову роль у розвитку країн світу. Однак, індустрія туризму – це тонка галузь, яка потребує постійного вдосконалення та вивчення для всебічного розвитку в суспільстві в цілому.

Після початку всесвітньої пандемії COVID-19, світ дистанціювався. Першочергово, з'явилися обмеження в туристичній галузі, що дуже вплинуло на світову економіку та саму сферу туризму. Як наслідок, через різкий перехід суспільства на користування цифровими технологіями, почалися дослідження щодо їхнього впливу на найрізноманітніші сфери діяльності людини. Як висновок, зараз ми можемо бачити «цифру» всюди: в громадському транспорті, в ресторанах, готелях, на роботі, в навчанні. Такі зміни не могли не зачепити і сферу туристичної індустрії. Цифрові технології кардинально змінили уявлення про сучасний туризм, зробивши подорожі більш доступними, індивідуальними та захоплюючими, а також значно полегшили роботу для представників туристичного бізнесу. Тепер туристи можуть віддалено шукати та бронювати житло на сайтах, де користувачам надається повна інформація про готель або пункт розміщення, про послуги, які надаються або можуть надаватися в пункті розміщення, а також відгуки інших користувачів, що є немало важливим при виборі місця проживання. Також подорожуючі мають змогу заздалегідь планувати свій маршрут подорожі, купуючи дистанційно квитки в музеї, або на екскурсії, оглядати пам'ятки культури які хотілося б відвідати вживу. Але чи є ще щось, що могло б зробити подорожі ще більш цікавими? Мова піде про процес впровадження ігор в сферу туризму – гейміфікацію.

Гейміфікація (*Gamification*) – це термін, що означає повне або часткове впровадження ігрових технологій в галузі, що не є пов'язаними з іграми. В даному контексті, гейміфікація для туристичної галузі означає залучення туристів до подорожей завдяки іграм, мобільним чи мережевим, що може сприяти підвищенню туристичної активності [1].

Ігри - це галузь різнобічна, що має в собі незліченну кількість форматів та жанрів, які підійдуть будь-кому. Це означає, що через такий вид цифровізації

розмивається вікова межа, а це, в свою чергу, може сприяти розширенню попиту на послуги, які може запропонувати гейміфікований туризм. Завдяки іграм, подорожі можуть стати набагато цікавішими, що може призвести до стрімкої популяризації туристичних DESTINAЦІЙ, за чим слідує залучення не тільки вітчизняних, а й іноземних туристів. Все це може мати позитивний вплив на туристичну індустрію в цілому.

«FreeGen Go!» – це українська компанія, що є прекрасним прикладом впровадження ігрових технологій в туризм. Вони розробили програму, в якій зібрані найрізноманітніші туристичні маршрути по Україні. Більшість маршрутів – це квести, саме тому їх цікаво проходити як дітям, так і дорослим, в компанії, або ж самостійно [4].

Ще один приклад, американська компанія «Niantic» [5], які розробляють ігри за допомогою доповненої реальності, поєднуючі ігровий та фізичний світи. Їхня всесвітньо популярна гра «Pokémon Go», хоча і не була розроблена спеціально для туризму, але стала успішним прикладом гейміфікації, яка стимулює відвідування різних міських локацій. Учасники гри відвідують визначні місця, парки, музеї, які посилюють туристичний потік, і за це отримують призи, що є значущими в самій грі, чи то персонаж, чи то бонуси.

Зважаючи на наведені вище приклади, можна зробити висновок, що гейміфікація в туризмі сприяє:

- мотивації, що спонукає до подорожей: проходження складних рівнів гри за які можна отримати різноманітні нагород, як віртуальні, так і фізичні, як наприклад сувеніри, знижки, бонуси, які можуть бути використані в реальному житті або в грі;

- конкуренції: загальний рейтинг в іграх, СО-ОР система, що включає в себе проходження ігор з іншими користувачами. Впровадження системи рейтингів дозволяє користувачам змагатися між собою або порівнювати свої досягнення з іншими. Це може стимулювати їх до подальших подорожей;

- пізнанню: завдяки таким іграм люди пізнають все більше, відкривають для себе багато нового, комунікують з іншими людьми.

Незважаючи на досить хорошу перспективу розвитку впровадження ігрових технологій в туризм, не можна не торкнутися мінусів, що несуть в собі ці інноваційні технології. Тема кібербезпеки з кожним роком дедалі є проблематичнішою. Зростає рівень шахрайства та піратства в мережі, що може становити велику небезпеку як для користувачів, так і для розробників. Тому перед тим, як впроваджувати такі потужні технології в туризм, треба, перш за все, подбати про безпеку користувачів.

Гейміфікація – це перспективний напрямок розвитку туристичної індустрії. З розвитком технологій з'являються нові можливості для створення ще більш захоплюючих та інтерактивних туристичних продуктів. Це не просто модний тренд, а потужний інструмент для розвитку туристичного бізнесу. Вона дозволяє зробити подорожі більш привабливими, інтерактивними та захоплюючими.

Список використаних джерел:

1. Zac Fitz-Walter: *WHAT IS GAMIFICATION?* URL : <https://www.youtube.com/watch?v=rWOK5NxMYUk>
2. Ukrainian Digital Community: Грай та вигравай: гейміфікація як інструмент росту бізнесу. URL : <https://ukrainiandigital.com/strong-hray-ta-vyhravay-heyimifikatsiia-iak-instrument-rostu-biznesu-strong/>
3. BBC: How digitalisation is revolutionising the travel industry? URL: <https://www.bbc.com/storyworks/travel/the-new-tourism-trend/technology-redefine-tourism-industry>
4. FreeGen Go! URL : <https://freegen.games/>
5. Niantic. URL : <https://nianticlabs.com/>