

Секция «1.7 Экономика инноваций 5.0: цифровое будущее регионального и отраслевого развития»

Цифровизация экономики. Как геймификация помогает развивать туризм в РФ.

Научный руководитель – Корневский Илья Валерьевич

Матвеева Ольга Александровна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский Томский политехнический университет, Институт электронного обучения, Томск, Россия

E-mail: olgabyme@yandex.ru

Актуальность данного исследования заключается в перспективе воздействия геймификации в качестве катализатора пространственного развития периферийных туристических направлений через трансформацию цифровых взаимодействий в реальные туристические потоки.

Основной целью исследования является выявление и теоретическое обоснование влияния геймификации в мобильных приложениях на пространственную организацию туристических потоков и разработка соответствующего мобильного приложения.

Геймификация трансформируется из маркетингового инструмента в ключевой фактор управления поведением туристов и перераспределения потоков в пользу периферий [1]. Неоспоримая эффективность геймификационных механик напрямую коррелирует с глубиной их интеграции в культурно-исторический контекст территории, а не с количеством используемых элементов геймификации [3, 4].

Разработанное приложение для города Томска и Томской области позволяет наполнять карту местности своими локациями; строить собственные маршруты и исследовать маршруты других пользователей; проходить интерактивные тематические квесты, получая награды. Апробация модели геймификации на примере города Томска продемонстрировала высокую вероятность увеличения продолжительности пребывания туристов (42,7%) и увеличения охвата достопримечательностей до 80,5%.

Структурная модель геймификации приложения основана на алгоритмах динамического формирования персональных маршрутов на основе предпочтений пользователя и краудсорсинговых данных для большего вовлечения пользователей и удержания их интереса [2].

Ключевым ограничением внедрения модели является цифровой разрыв между поколениями и фактическое отсутствие приложений с подобными возможностями [5].

Проведенное исследование и разработка мобильного приложения демонстрирует, что геймификация – это качественно новый инструмент пространственного расширения туристических территорий. Ее способность перераспределять туристические потоки и повышать привлекательность малопосещаемых локаций открывает новые перспективы для развития регионального туризма.

Источники и литература

- 1) Зйба Я. Преимущества использования геймификации в туризме. DOI:10.24412/2500-1000-2023-9-2-180-182. // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. - № 9-2 (84). – С. 180-181.
- 2) Смит Д. Геймификация в сфере туризма. // Разработка игр, приложений Android App. - URL: <https://app-android.ru/blog/geimifikaciia-v-sfere-turizma> (дата обращения: 07.09.2025).

- 3) Чего хотят (и будут хотеть) клиенты - на примере туристической отрасли. - URL: <https://vc.ru/future/856840-chego-hotyat-i-budut-hotet-klienty-na-primere-turisticheskoj-otrasli> (дата обращения: 08.09.2025).
- 4) Buhalis, D., Amaranggana, A. Smart Tourism Destains. In: Information and Communication Technologies in Tourism 2014. – Dublin; Springer, 2014. – С. 553-564.
- 5) Hruska, J., & Maresova, P. Consumer Attitudes towards the Use of Smart Technologies in Tourism: The Case of Senior Citizens in the Czech Republic. Economics & Sociology. 2020. Vol. 13, No. 4. – С. 89-105.