

иностранные языки. Принято считать, что через несколько лет при трудоустройстве на престижную работу анкеты кандидатов без знания английского языка даже не будут рассматриваться.

#### Источник

1. Туристская отрасль Беларуси [Электронный ресурс] // Naviny.by. — Режим доступа: <https://naviny.by/node/366137/talk/>. — Дата доступа: 09.11.2020.

<http://edoc.bseu.by/>

**Я. И. Базылик**  
БГУ (Минск)

*Научный руководитель — Н. И. Богоино, канд. экон. наук, доцент*

## ГЕЙМИФИКАЦИЯ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

Понятие «геймификация» в последние годы получило широкое распространение, однако общепринятого определения оно все еще не имеет. Геймификацию можно определить как использование игровых элементов и игровых механик в неигровом контексте. При рассмотрении сущности геймификации исследователи едины в том, что она не является процессом создания игры, а выступает лишь переносом отдельных позитивных элементов и характеристик игры в неигровую сферу.

В международной практике накоплен значительный опыт использования геймификации в управлении предприятиями индустрии гостеприимства. На рынке есть много производителей и платформ (онлайн и мобильных), предлагающих использование геймификации именно в данной сфере. Одним из важных примеров геймификации в сфере обучения туризму является Costa Cruise. Компания с помощью Hydra-New Media использовала геймификацию для информирования турагентов, розничных продавцов и торгового персонала о путешествиях, судах, местах назначения и специальных предложениях и т.д.

При использовании игрофикации активно применяются как внешняя, так и внутренняя геймификация. Наиболее активно внешняя геймификация используется в гостиничной индустрии при разработке различных программ лояльности. Например, в программе лояльности гостиницы она позволяет гостям использовать все возможности данных программ, комбинируя различные инструменты современного маркетинга: игровые механики, квесты, конкурсы, рейтинги и многое другое. Система баллов — это самая распространенная программа лояльности, использующая элементы геймификации [1].

Внутренняя геймификация в индустрии гостеприимства используется для поиска и привлечения нового персонала, обучения сотрудников, мотивации их трудовой деятельности. Сеть отелей Marriott

одной из первых протестировала возможности использования геймификации для привлечения персонала. Специалисты компании разработали игру про отель, похожую на игры, получившие мировую известность — Farmville или The Sims, где игрок должен выполнять все обязанности менеджера кухни отеля [2]. Геймификация в отелях сети Hilton Garden Inn начиналась с обучающих курсов в виде настольных игр для сотрудников компании, высшего и среднего менеджмента, в которых элементы геймификации использовались (и по сей день вполне активно используются) для развития специализированных навыков, умения работать в команде, принимать решения необычайной важности, в общем, весело проводить время за счет компании-работодателя [3].

Таким образом, следует отметить, что геймификация в туризме и гостеприимстве еще не развита в полной мере и имеет отличные возможности дальнейшего продвижения. Сейчас люди путешествуют с азартом и уже устали просто отдыхать на пляже, а активности, которые могут быть организованы посредством геймификации могут отлично дополнить и разнообразить отпуск. Геймификация является совершенно новым направлением развития и продвижения в туризме и имеет большой потенциал в реализации.

#### Источники

1. Геймификация как способ удержания клиентов [Электронный ресурс] // LPgenerator. — Режим доступа: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/10/14/gejmifikaciya-kak-sposob-uderzhaniya-klientov/>. — Дата доступа: 09.04.2019.

2. Игра как первый шаг к привлечению соискателей: примеры Marriott Hotels [Электронный ресурс] // В помощь Веб-Мастеру. — Режим доступа: <https://wm-help.net/lib/b/book/4282409143/51>. — Дата доступа: 08.04.2019.

3. *Зикерманн, Г.* Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов / Г. Зикерманн, Д. Линдер. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 272 с.

<http://edoc.bseu.by/>

СНИЛ «Тураналитик»  
**А. С. Балдина, А. С. Баран**  
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **Т. М. Сергеева**

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Агротуризм — интересное, не теряющее актуальность направление в туризме, предполагающее отдых в деревенской глуши, вдали