

1) дослідження мотивів споживчої поведінки та їх активування для задоволення потреб (мотивація – рушійна сила гейміфікації);

2) доступність та простота ігрового процесу, мінімальні бар'єри для входу (глибина занурення – підґрунтя для нової угоди, повернення й повторної купівлі);

3) імпульс – внутрішній поштовх споживача-гравця (вмотивованість плюс імпульс – готова конверсія для компанії-продавця).

Наведені складові обов'язкові до реалізації за їх одночасного застосування при створенні інтерактивного ігрового завдання.

Результатом впровадження елементів гри в стратегії маркетингу компанії є створення дієвої системи маркетингових комунікацій, ефективної двосторонньої взаємодії з клієнтом, в наслідок чого формується список потенційних покупців. В подальшому такі майбутні покупці переходять в категорію конверсії, тобто стають реальними клієнтами і забезпечують компанії прибуток.

Таким чином, застосування елементів гри та механік створення ігор у неігровій площині набуває нових відтінків та акцентів з точки зору маркетингу.

Невирішеним питанням залишається те, якою буде економічна віддача від таких заходів, і як це позначиться на досягненні короткострокових маркетингових цілей.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ СЕНЕГАЛУ

Джінджоян В.В., д.е.н., доцент,

Дубова А.С., магістрант

*Вищий навчальний приватний заклад «Дніпровський гуманітарний
університет»*

Туризм у Сенегалі є другим після рибальства джерелом доходу країни. У 2018 році він представляв 6% ВВП Сенегалу та створив майже 100 тис. робочих місць. Після оголошення незалежності від Франції уряд західноафриканської країни став докладати зусиль, аби вийти за рамки туристів-громадян колишньої метрополії, та почав приваблювати туристів з інших держав, зокрема Іспанії, Великобританії та Італії [1].

Наразі у Сенегалі сповнені рішучості створити сильну туристичну екосистему. Про це генеральний секретар Сенегальської агенції з розвитку туризму Мамаду Діалло повідомив на виставці FITUR, що відбувалась з 19 по 23 січня 2022 року у Мадриді. Він розповів, що у агенції підписали контракт з туристичною компанією Tui Travel та мережею готелів Real Hotels Group. Також Діалло підкреслив інвестиції уряду у розвиток інфраструктури туризму, такі як транспорт, автошляхи та готелі, які є першою умовою для залучення туристів.

Слід відмітити, що у той час, коли більшість країн зіштовхнулись з різким спадом туристичної діяльності через COVID-19, у Сенегалі сконцентрували увагу на розвитку внутрішнього та регіонального туризму. Як результат, деякі подорожуючі з сусідніх країн та субрегіону, зокрема Кот-д'Івуару, Малі та Мавританії, приїхали до Сенегалу у відпустку, через те, що вони не мали змоги поїхати у Європу чи до іншого регіону. Наразі у державі сподіваються у 2023 році прийняти 3 млн туристів проти 1,5 млн у 2018 році. Цьому має посприяти скасування в'їзної візи, зниження на 50% аеропортових зборів та зменшення ставки ПДВ з 18% до 10%. Створення нових привабливих місць, таких як Пуент-Сарен, також має сприяти розвитку туризму [2].

Пуент-Сарен – це туристичний об'єкт, розташований на узбережжі Petite-Côte, ділянка якого пропонує значні можливості для розвитку морського та пригодницького туризму завдяки якості свого ландшафту, довгій смугі піщаного пляжу та близько 2500 га лісу. Об'єкт являє собою селище з 200 розкішних вілл, 5 готельних зон підвищеної категорії (4-5*) та поле для гольфу. У рамках розширення будуть побудовані морська база і пристань. Як оголосила компанія з розвитку та просування узбережжя та туристичних зон Сенегалу (Sarco), на розвиток Пуент-Сарен у період з 2016 по 2022 рік було витрачено 15 млрд франків, а інвестиції в цей сектор склали більш ніж 200 млрд. доларів. Загалом, на інфраструктуру (дороги, електрика, освітлення, телекомунікації, очищення води) витратили 15 млрд, а на готельний комплекс (готелі, адміністративні та торгові приміщення) 200 млрд [1].

Підсумовуючи, можна зазначити, що незважаючи на сталі переконання подорожуючих щодо проблеми безпеки та санітарії в Африці, Сенегал має гарні перспективи у туристичній індустрії завдяки своєму розташуванню та природі. За останні роки уряд та Сенегальська агенція з розвитку туризму доклали чимало зусиль для просування своєї країни на міжнародному рівні, а також налагодили внутрішній та регіональний туризм, що дозволило «Воротам Африки» стати однією з найпопулярніших для відвідування західноафриканських держав.

Література:

1. Джинджоян В.В. Реалізація туристичних програм у сфері освіти, медицини, природо охорони. *Економіка та держава*, 2020, №1. С. 50-53.
2. Sardak S., Krupskiy O., Dzhyndzhoian V., Sardak M., Naboka Y. Development of historical and cultural tourist destinations. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 2020, №29(2). Pp.406-414.