

Ткаченко Т. І., Туник О. М.  
TKACHENKO T., TUNYK O.

**SMART-МІСТО: ІННОВАЦІЙНА ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ**  
**SMART CITY: INNOVATION TOURIST DESTINATION**

Київський національний торговельно-економічний університет  
завідувач кафедри туризму та рекреації, професор;  
студент факультету ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Туризм є одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури країни та мегаполісів світу. В умовах децентралізації державного управління в Україні розвиток туризму повинен стати одним із стратегічних завдань подальшої стабілізації та соціально-економічного зростання країни, окремих територіально-адміністративних одиниць (АТО), дестинацій. Прогресивною та безальтернативною площиною вирішення цих завдань повинні стати інноваційні технології та інфраструктурні рішення.

Європейський союз (ЄС) в стратегії розвитку Європи до 2020, підкреслив необхідність підтримки «розумного, стійкого і всеосяжного зростання». Стратегія «Європа 2020» закликає до інновацій в сфері туризму з метою покращення якості харчування в усіх її аспектах, удосконалення професійних навичок у галузі, подолання сезонного характеру попиту, диверсифікації туристичного продукту, що забезпечить вдосконалення статистики й аналізу у сфері туризму, вирішення соціальних проблем [1, 2].

Результати аналізу свідчать, що смарт-туризму притаманні особливості, які мають характерні риси прояву у процесі функціонування смарт-міст і смарт-дестинацій – просторовий аспект, а також у процесі управління АТО та дестинаціями (DMO) – функціональний підхід.

Передовий досвід управління міськими дестинаціями на світовому ринку туристичних послуг на основі інноваційних підходів та проектів «Смарт місто» свідчить, що нині розроблені і впроваджені безліч інструментів інноваційного характеру (наприклад, Інтернет-речей, технології безконтактних комунікацій, хмарні технології тощо), які забезпечують реалізацію основних положень концепції сталого розвитку туризму та підвищення соціальних стандартів населення. На сьогодні концепція «Smart City» впроваджена в багатьох містах туристично розвинених країн: Іспанії, ОАЕ, Німеччині, Китаї, Південній Кореї.

Серед найпоширеніших способів використання технологій Інтернету-речей та безконтактних комунікацій в рамках «Smart City» у туризмі можна виділити: мобільні додатки та платежі, електронні квитки, геолокація, онлайн-доступ до інформаційних видань, використання мобільних пристроїв як ключів для відкриття дверей в засобах розміщення, ваучерів чи дисконтних карток. Активно проводяться роботи із використання біометричних даних та елементів штучного інтелекту [3].

Впроваджені в туризмі міст (Барселона) офіційні аудіогіди, електронний гід (iBarcelona-Smartour); туристичні автобуси з Wi-Fi; мобільні додатки «доповненої реальності», що пов'язані з організацією колективних транспортних турів та екскурсійних маршрутів; відеокартпроекування 3D-моделей історичних будівель; використання смарт-технологій та QR-кодів у музеях тощо [4].

Основні «туристичні» пріоритети концепції «Смарт-міста та смарт-дестинації»:

1. Кластеризація туристичної громадськості міста.
2. Запровадження хмарних технологій та Інтернету-речей (The Internet of Things) в різних сферах (екологічній, транспортній, туристичній, адмініструванні, медичній, соціальній тощо), а також розширення місць використання Wi-Fi (у т.ч. громадських місцях та транспорті).
3. Створення туристичного мобільного додатку міста.

4. Використання QR-кодів на всіх туристичних об'єктах (у т.ч. музеях, парках, поруч з пам'ятниками тощо), які дозволяли б отримувати текстову, графічну, 3D-моделі, аудіо (аудіогіди) інформацію на багатьох мовах.

5. Єдиний туристичний квиток (City Tourism Card) на всі види транспорту, а також розгляд можливості впровадження Інтернет-картки туриста (наприклад, із використанням технології NFC на мобільних пристроях).

6. Розміщення веб-камер біля основних туристичних об'єктів міста (у т.ч. парків, скверів, пам'ятників і т.д.), а також розміщення інформації на стендах про той чи інший об'єкт на різних мовах (пріоритетними для України є українська, російська, англійська, німецька, французька та китайська) із QR-кодами.

7. Переобладнання всіх зупинок наземного громадського транспорту смарт-елементами англійською мовою про маршрут певного виду транспорту, карту маршруту, можливостей пересадок та час прибуття на зупинках громадського транспорту, використання електронних антивандальних сенсорних карт (із технологією Google maps), де споживач транспортної послуги може вибрати мову та спроектувати маршрут (переглянувши схеми транспорту), при цьому в режимі онлайн бачити пересування громадського транспорту по транспортним магістралям міста.

8. Встановлення в музеях електронних табло, де можна на різних мовах переглядати інформацію про той чи інший експонат музею (наприклад, Лувр, м. Париж), завантажити з допомогою QR-коду на смартфон аудіогід на іноземній мові, дізнатися про розташування готелів, ресторанів, туристичних об'єктів, залишити відгук тощо.

9. Взаємодія місцевої влади та громадськості з колективними засобами розміщення за допомогою електронних панелей, на яких гості могли б спроектувати свій маршрут та зберегти його на власному смартфоні, вибрати туристичний об'єкт, забронювати квитки, завантажити інформацію рідною мовою, залишити відгуки. Цей засіб дозволяє також забезпечити трансляцію по корпоративному (внутрішньому) телебаченню в готелях туристичної інформації про місто із можливістю вибору мови супроводу.

10. Забезпечення доступності туристичних об'єктів для маломобільної групи населення, а також осіб з фізіологічними вадами. Для цього інформаційні вивіски про туристичний об'єкт мають бути розміщені на різній висоті (для осіб з різним зростом), з використанням великого шрифту тексту, на найпопулярніших об'єктах мають бути вивіски із шрифтом Брайля.

11. Всі елементи смарт-дестинації повинні слугувати туристам та місцевому населенню [5].

Реалізація концепції смарт-міста впливає на суміжні з туризмом галузі. Основні напрями і характеристика впливу представлені в табл. 1.

Таблиця 1

**Вплив реалізації концепції смарт-міста на суміжні з туризмом галузі**

Галузь	Опис
Транспорт	<p>Дублювання в наземному транспорті інформації англійською мовою і розміщення в середині транспорту, на його зупинках двомовних карт маршрутів та інтервалів руху (можливо електронних із можливістю складання маршруту і завантаження на смартфон). Звукове оголошення зупинок наземного громадського транспорту двома мовами.</p> <p>Розміщення на зупинках наземного транспорту табло із часом прибуття і назвою маршруту двома мовами де зрозуміло час прибуття (наприклад, такі технології використовують в Німеччині).</p> <p>Універсальний електронний квиток (City Tourism Card) - у т.ч. PayPass і Master Card, а також NFC. Інтернет-туристичний квиток.</p>

<b>Безпека</b>	Розміщення в туристичних місцях веб-камер, які можна використовувати не тільки для швидкого пошуку і відвідування туристичного об'єкту, а й в цілях безпеки. Впровадження муніципальної туристичної поліції, яка є в багатьох містах світу.
<b>Енергоефективність</b>	Основна частина культурних та туристичних об'єктів фінансується з міського бюджету, тому використання LED-освітлення важливо на вулицях та туристичних об'єктах. При цьому важливим є встановлення датчиків руху та автоматичних вимикачів.
<b>Якість води</b>	Якість води місцевих мешканців = якості води для туристів.
<b>Відкрите управління</b>	Використання платіжних систем (Visa та MasterCard) для достовірності туристичної статистики; сайту туристичної дестинації, мобільний додаток; рейтингів засобів розміщень на основі даних Tripadvisor, Booking.com та інших міжнародних платформ.
<b>Екологічність</b>	Реалізація неординарних екологічних рішень (світлодіодне освітлення, полив дощовою водою, вироблення електрики для підзарядки телефону через вправи на велотренажері, підзарядка смартфонів від лав із сонячними батареями, Wi-Fi та ін.). Приклад, – «Екопарк Нивки», м. Київ.

Цікавим є інноваційний проект, розпочатий у 2015 році в м. Києві «Kyiv Smart City», який включає в себе ряд інноваційних рішень для розвитку столиці. Нажаль, в зазначеному проекті туризм не став пріоритетною галуззю. Чинником такого становища є те, що у проекті «Комплексної Міської цільової програми розвитку туризму в м. Києві до 2018 року» відсутнє положення щодо розвитку в м. Києві смарт-туризму та перетворення його на смарт-дестинацію. Доменними пріоритетами на найближчі кілька років є транспорт, безпека, енергетика та якість води, е-врядування та відкрите управління (відкриті дані). Це забезпечить розвиток, перш за все, загальної інфраструктури міста. Однак, на наш погляд, проект повинен містити і складові розвитку спеціальної туристичної інфраструктури, що потребує залучення туристичної громадськості до формування та реалізації.

Отже, реалізація концепції смарт-міста та смарт-дестинації потребує врахування низки факторів, що створять передумови успішності її впровадження.

**Література:** 1. *Building Europe 2020 in Partnership / Tourism as a driver for smart, sustainable and inclusive growth – Brussel : European People's Party Group in the Committee of the Regions, 2012. – P. 8–9.*; 2. *Palumbo F. Developing a new service for the digital traveler satisfaction: The Smart Tourist App / Federica Palumbo // The International Journal of Digital Accounting Research. – Vol. 5. – 2015. – P. 33-67. – ISSN 2340-5058.*; 3. *Wang D. China's "smart tourism destination" initiative: A taste of the service-dominant logic / D. Wang, X. R. Li, Y. Li // Journal of Destination Marketing & Management. – 2013. – 2 (2). – P. 59–61. – ISSN 2212-571X.*; 4. *Barcelona as a Smart City : VIII Conferència Anual do Turismo, Madeira, April 2014 / PwC. – Madeira : PwC, 2014. – P. 3–18.*; 5. *Buhalis D. Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience through Personalisation of Services / D. Buhalis, A. Amaranggana // Information and Communication Technologies in Tourism 2015. ENTER 2015 Proceedings of the International Conference in Lugano – Switzerland : Springer International Publishing, 2015. – P. 377-390. – ISBN: 978-3-319-14342-2.*