

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему: «Стратегія розвитку smart-туризму в Одеській області та місті
Одеса»

Здобувачки Наталі ОРЛОВОЇ
2 курсу МТМз-70 групи
Керівник Маргарита ЛІГАНЕНКО

Кваліфікаційна робота допускається до захисту
Рішення кафедри від 30 листопада 2023 р., протокол №4
Завідувачка кафедри ТБ та Р _____ Наталя ДОБРЯНСЬКА
(підпис)

Одеса – 2023 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет Технології вина та туристичного бізнесу
Кафедра Туристичного бізнесу та рекреації
Ступінь вищої освіти Магістр
Спеціальність 242 Туризм
Освітня програма Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри ТБ та Р

Наталя ДОБРЯНСЬКА

« ____ » _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧКИ

Орлової Наталі Вікторівни

1. Тема роботи: Стратегія розвитку smart-туризму в Одеській області та місті Одеса.

Затверджена наказом ОНТУ від 02.08.2023, №383-03.

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 01.12.2023.

3. Вихідні дані роботи: монографії, підручники, навчальні посібники, законодавчі та нормативні акти, первинні документи, звіти туристичних підприємств, статична звітність, статті та тези.

4. Перелік питань, які потрібно розробити:

РОЗДІЛ 1 Концепція smart-city та smart-туризм, застосування smart-технологій у туристичній діяльності.

РОЗДІЛ 2 Аналіз туристичного потенціалу Одеської області та міста Одеса.

РОЗДІЛ 3 Стратегія розвитку smart-туризму в Одеській області та місті Одеса.

РОЗДІЛ 4 Розробка туру з використанням елементів smart-технологій.

5. Перелік графічного матеріалу (кількість слайдів - 21).

6. Консультанти по роботі із зазначенням розділів роботи, що відносяться до їх компетенції:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
4 розділ	Наталя ДОБРЯНСЬКА	02.08.2023	01.12.2023

7. Дата видачі завдання – 02.08.2023р.

Керівник  Маргарита ЛІГАНЕНКО

Завдання прийняла до виконання  Наталя ОРЛОВА

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Термін виконання етапів роботи
1.	Отримання теми для кваліфікаційної роботи	02.08.2023
2.	Затвердження плану кваліфікаційної роботи	05.08.2023
3.	Надання розділ 1 на перевірку	09.09.2023
4.	Надання розділ 2 на перевірку	21.10.2023
5.	Надання розділ 3 та розділ 4 на перевірку	05.11.2023
6.	Формування висновку, списку використаних джерел, додатків	10.11.2023
7.	Здача закінченої кваліфікаційної роботи	30.11.2023
8.	Розробка презентації	01.12.2023

Здобувачка  Наталя ОРЛОВА

Керівник роботи  Маргарита ЛІГАНЕНКО

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувачка-дипломник  Наталя ОРЛОВА

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи магістра

Робота містить 115 сторінок, 4 таблиці, 18 рисунків, список літератури з 45 найменувань, 2 додатка.

Метою виконання роботи є аналіз успішного досвіду впровадження smart-технологій у інших країнах, дослідження стану розвитку галузі в Україні, розроблення пропозицій щодо розвитку новітніх технологій для туризму в Україні та місті Одеса зокрема.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступають: досвід використання smart-технологій у туристичній діяльності провідних країн світу; туристична галузь Одеського регіону з акцентом на використання smart-технологій для покращення туристичного досвіду та розвитку інфраструктури.

Завданням роботи передбачено: визначення понять smart-city та smart-туризм та їх роль у розвитку туризму; аналіз досвіду розвитку smart-технологій інших країн; дослідження сучасного стану розвитку smart-технологій в Україні; характеристика популярних туристичних напрямів та об'єктів в Одеській області; оцінка потенціалу та перспектив розвитку smart-туризму у Одеській області; проведення SWOT – аналізу впровадження smart-технологій у туристичну діяльність Одеського регіону; виявлення цілей та завдань стратегії впровадження smart-технологій у туристичну галузь та життя громадян Одеської області та міста Одеса; характеристика основних показники туру, який розробляється; опис об'єктів туристичної привабливості по маршруту пересування; розрахунок вартість туристичного продукту.

За результатами виконаної роботи сформульовані висновки щодо позитивного впливу smart-технологій на туристичну галузь Одеської області, сформована стратегія провадження smart-технологій у повсякденне життя мешканців та туристичну сферу Одеського регіону.

Одержані результати можуть бути використані для вдосконалення технічної та інформаційної інфраструктури туристичного сектора, відновлення туристичної галузі Одеської області у післявоєнний час, підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку туристичних послуг.

Рік захисту роботи 2023.

ABSTRACT

Master's qualification work

The work contains 115 pages, 4 tables, 18 figures, a list of references from 45 titles, 2 applications.

The purpose of the work is to analyze the successful experience of introducing smart technologies in other countries, to study the state of development of the industry in Ukraine, to develop proposals for the development of new technologies for tourism in Ukraine and the city of Odesa in particular.

The object of analysis, generalization and research are: the experience of using smart technologies in the tourism activities of the leading countries of the world; the tourism industry of the Odesa region with an emphasis on the use of smart technologies to improve the tourist experience and infrastructure development.

The task of the work is the definition of the concepts of smart city and smart tourism and their role in the development of tourism; analysis of the experience in the development of smart technologies in other countries; study of the current state of development of smart technologies in Ukraine; characteristics of popular tourist destinations and objects in the Odesa region; assessment of the potential and prospects for the development of smart tourism in the Odesa region; SWOT - an analysis of the introduction of smart technologies in the tourism activities of the Odesa region; identification of the goals and objectives of the strategy for the introduction of smart technologies in the tourism industry and the life of citizens of

the Odesa region and the city of Odesa; characteristics of the main indicators of the developed tour; description of objects of tourist attractiveness along the route of movement; calculation of the cost of a tourist product.

According to the results of the work, conclusions were formulated on the positive impact of smart technologies on the tourism industry of the Odesa region were formulated, a strategy for the production of smart technologies in the daily life of the residents and the tourism sector of the Odesa region was formed.

The obtained results can be used to improve the technical and information infrastructure of the tourism sector, to restore the tourism industry of the Odesa region in the post-war period, to increase its competitiveness in the world market of tourism services.

Year of work protection 2023.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1 Концепція smart-city та smart-туризм, застосування smart-технологій у туристичній діяльності.....	13
1.1 Поняття smart-city та smart-туризм, роль у розвитку туристичної галузі.....	13
1.2 Досвід розвитку smart-технологій інших країн.....	23
1.3 Сучасний стан розвитку smart-технологій в Україні.....	28
Висновки до 1 розділу.....	43
РОЗДІЛ 2 Аналіз туристичного потенціалу Одеської області та міста Одеса.....	45
2.1 Характеристика популярних туристичної напрямів та об'єктів.....	45
2.2. Оцінка потенціалу та перспектив розвитку smart-туризму у Одеській області.....	48
Висновки до 2 розділу.....	64
РОЗДІЛ 3 Стратегія розвитку smart-туризму в Одеській області та місті Одеса.....	67
3.1 SWOT – аналіз впровадження smart-технологій у туристичну діяльність Одеського регіону.....	67
3.2 Цілі та завдання стратегії впровадження smart-технологій у туристичну галузь та життя громадян Одеської області та міста Одеса.....	70
Висновки до 3 розділу.....	81
РОЗДІЛ 4 Розробка туру з використанням елементів smart-технологій.....	83
4.1 Основні показники та характеристика туру.....	83
4.2 Опис об'єктів туристичної привабливості по маршруту пересування.....	87

4.3 Розрахунок вартості туристичного продукту.....	89
Висновки до 4 розділу.....	93
Висновки.....	95
Список використаних джерел.....	98
Додатки.....	103

ВСТУП

Сучасний світ переживає революцію інформаційних технологій, яка безпосередньо впливає на всі аспекти людської діяльності. Туризм, як один із пріоритетних секторів розвитку економіки України, не залишається осторонь цього процесу. Інформаційні технології стали необхідними в усіх сферах нашого життя, і сучасні smart-технології стали невід'ємною частиною щоденної реальності, полегшуючи обробку великих обсягів інформації, підвищуючи продуктивність праці, поліпшуючи якість життя громадян та сприяючи охороні навколишнього середовища.

Інформаційні та телекомунікаційні технології мають рушійну силу для розвитку туристичної галузі - підвищують продуктивність та оптимізують робочі процеси, сприяють покращенню обслуговування клієнтів, роблять інформацію більш доступною та оперативною. Активне використання інформаційних ресурсів має найбільший вплив на розвиток комунікації між учасниками галузі та розвиток інфраструктури, сприяє постійному вдосконаленню підходів до ведення туристичного бізнесу, робить галузь більш конкурентною.

На жаль, Україна суттєво відстає від більш розвинених країн, тому необхідно проводити дослідження у галузі технологій та впроваджувати новітні розробки у різні галузі виробництва. У роботі розглянуто досвід використання smart-технологій у розвинених країнах, а також в українських містах, де вже є позитивний досвід впровадження концепції "розумного міста". На основі результатів цих досліджень висунуто пропозиції щодо розвитку новітніх технологій у сфері туризму в українських містах з великим потенціалом для розвитку туристичної галузі.

Головною метою цього дослідження є аналіз використання smart-технологій в повсякденному житті з метою відновлення економіки України та підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі в післявоєнний період. Важливу роль у досягненні цих цілей відіграє впровадження та

використання інформаційних та телекомунікаційних технологій, які сприяють покращенню обслуговування клієнтів, підвищенню ефективності роботи та прискоренню процесу отримання результатів. Тому, вагомого значення набуває необхідність наукових досліджень використання новітніх технологій на основі концепції smart-технологій у туристичній галузі для забезпечення сталого розвитку цієї сфери в Україні та забезпечення конкурентоздатності нашої країни на світовому ринку туризму.

Актуальність теми. Smart-технології – це майбутнє будь якої сфери діяльності людини, що сприяє розвитку та покращенню життя, більш безпечному та екологічному середовищу. Розумний туризм є досить новою практикою, що сприяє розвитку галузі туризму у країнах по всьому світу. Сьогодні майже кожна людина має смартфон, використовує телефон для пошуку інформації, оплати покупок, замовлень через мережу інтернет, спілкування, та багато інших дії, які раніше неможливо було уявити. Дійсно, сучасні технології значно покращують та полегшують будь яку діяльність людини, і ця тенденція не могла не позначитись на туристичній сфері. Тому, впровадження сучасних технологій у туристичну галузь України – одне з найактуальніших та найважливіших завдань.

Мета та завдання. Аналіз успішного досвіду впровадження технологій Smart-туризму у інших країнах, дослідження стану розвитку галузі в Україні, розроблення пропозицій щодо розвитку новітніх технологій для туризму в Україні та місті Одеса зокрема.

Відповідно до мети роботи були визначені такі завдання:

- визначити поняття smart-city та smart-туризм та їх роль у розвитку туризму;
- проаналізувати досвід розвитку smart-технологій інших країн;
- дослідити сучасний стан розвитку smart-технологій в Україні;
- охарактеризувати популярні туристичні напрями та об'єкти в Одеській області;

- оцінити потенціал та перспектив розвитку smart-туризму у Одеській області;
- провести SWOT – аналіз впровадження smart-технологій у туристичну діяльність Одеського регіону;
- виявити цілі та завдання стратегії впровадження smart-технологій у туристичну галузь та життя громадян Одеської області та міста Одеса;
- охарактеризувати основні показники туру, який розробляється;
- надати опис об'єктів туристичної привабливості по маршруту пересування;
- розрахувати вартість туристичного продукту.

Об'єкт дослідження – досвід використання smart-технологій у туристичній діяльності провідних країн світу.

Предмет дослідження – методи впровадження smart-технологій у діяльність туристичних підприємств Одеського регіону.

Методи дослідження – абстрактно-логічний (для узагальнення теоретичних положень, визначення сутності економічних понять, формування висновків); системний аналіз (для аналізу туристичного потенціалу); графічний (для наочного представлення даних).

Інформаційна база досліджень: монографії, підручники, навчальні посібники, законодавчі та нормативні акти, первинні документи, звіти туристичних підприємств, статична звітність, статті та тези.

Апробація. Добрянська Н., Саркісян Г., Ліганенко М., Орлова Н. Розвиток smart-туризму: міжнародні та регіональні аспекти// Український журнал прикладної економіки та техніки, Західноукраїнський національний університет – 2023. Фахова реєстрація (категорія «Б»).

Ліганенко М., Орлова Н. Аналіз потенціалу та перспектив розвитку smart-туризму в Одеській області// III Міжнародна науково-практична конференція «Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку», присвяченій 10-річчю кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Запорізького національного університету. 30 листопада 2023 р. під егідою програми ЄС Еразмус+, напрям ім. Жана Моне в рамках проєкту 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE «Diversification of rural tourism through sustainability and creativity: disseminating European experience in Ukraine».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел 45 найменувань, додатків. Загальний обсяг роботи становить 115 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 97 сторінках. Робота містить 4 таблиці, 18 рисунків та 2 додатки.

РОЗДІЛ 1

Концепція smart-city та smart-туризм, застосування smart-технологій у туристичній діяльності

1.1 Поняття smart-city та smart-туризм, роль у розвитку туристичної галузі.

У сучасному світі інформаційні технології стали необхідною складовою для життя та діяльності людини та використовуються щоденно, тому відіграють велику роль у будь якій сфері, і туризм не стоїть осторонь.

Туризм є одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки України. У нашій країні багато туристичних дестинацій, які можуть стати магнітом для туристів з інших країн:

- безліч історичних пам'яток та багатовікова історія, що будуть цікаві для екскурсійного туризму;
- вигідна географічна позиція, різноманітні природні ландшафти та природні умови, що дає можливість і пляжного, і гірськолижного відпочинку, екстремального туризму;
- наявність бальнеологічних ресурсів та термальних джерел для лікувально-оздоровчого туризму;
- багатонаціональна культура та різноманітна кухня, що дає змогу розвитку пізнавального, гастрономічного, винного туризму.

Велике природне та культурне різноманіття в межах однієї країни робить Україну надзвичайно цікавою для туристів, і наша країна має гарні перспективи для гармонійного розвитку туристичної галузі. Інноваційні проекти можуть стати основою не лише для розвитку туристичної галузі, а і економіки в цілому, що позитивно позначиться на рівні життя громадян, зробити Україну більш конкурентоспроможною на міжнародному рівні.

Впровадження інновацій в туристичну діяльність – це організація нових видів туристичної діяльності, створення нових туристичних продуктів, використання новітніх технологій для інформаційного забезпечення

подорожуючих. Технологічні впровадження, такі як мобільні додатки, безконтактні комунікації та штучний інтелект, революціонізують туристичний досвід та роблять його більш доступним і комфортним.

Ідеї концепції «розумне місто» та «розумний туризм» взяли свій початок ще у 1960-1970 роках, як наслідок розвитку мобільного зв'язку, Інтернету, хмарних обчислень, віртуальної та доповненої реальності.

Вже неможливо уявити сучасний світ без інтернету, комп'ютерів та інших інноваційних технологій. За допомогою смартфона можливо спланувати свій відпочинок різноманітно, комфортно та швидко, допомогти подолати мовний бар'єр, що робить туризм більш доступним для всіх категорій подорожуючих, і цим призводить до створення додаткової цінності подорожі для туристу.[1]

Розвиток портативних пристроїв відіграв ключову роль та відкрив нові можливості для туризму та туристичних компанії - технології зв'язку ближнього поля (NFC), інтернет речей (IoT), GPS-навігація та інші інноваційні технології значно спростили та покращили роботу туристичних підприємств та зробили відпочинок більш комфортним для туристів.

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. [2]

Smart-туризм – одна зі складових частин такого поняття, як «розумне місто». Smart-city — ефективна інтеграція фізичних, цифрових і людських систем в штучному середовищі заради сталого, благополучного і всебічного майбутнього для громадян. [3]

Smart-city (розумне місто) – система управління міською інфраструктурою за допомогою інформаційних технологій. Головний акцент

концепції зроблено на безпеці мешканців, можливості скористатися державними послугами за допомогою ІТ-технологій, екологічність та енергоефективність. Простими словами, «розумне місто» - це використання сучасних технологій для взаємодії між мешканцями міста та системою управління інфраструктурою. Технології «розумного міста» приходять на допомогу у організації роботи освітлення вулиць, громадського транспорту, переробки сміття, збиранні та оброблені інформації з веб-камер та автоматизують ці процеси.

Вважається, що вираз «smart-місто» вперше було вжито у 2004–2005 роках компаніями Cisco, IBM, Siemens, які працювали над створенням складних інформаційних систем для інтеграції роботи міської інфраструктури і послуг.

Перше робоче визначення терміна «smart-місто» дав у 2007 році Р. Джиффінджер зі співавторами: «Smart-місто – це місто, представлене шістьма характеристиками, побудованими на «розумному» поєднанні внесків і діяльності рішучих, незалежних та свідомих громадян». Шість характеристик – економіка, люди, управління, мобільність, довкілля, якість життя – у свою чергу поділяються на 31 фактор, що визначаються 74 загальними показниками. До дефініції smart-міста включили такі основні поняття:

- використання взаємопов'язаних інфраструктур, які покращують економічну і політичну ефективність, сприяють соціальному, культурному та міському розвитку;
- здатність і можливість залучати та розміщувати бізнес-проекти;
- увага до соціальної інтеграції;
- співіснування і взаємодоповнюваність високотехнологічного обладнання та інфраструктури;
- увага до ролі соціального і реляційного капіталу;
- забезпечення екологічної стійкості.

У бізнес-словнику подано таке визначення терміну «smart-місто»: «розвинена міська територія, яка забезпечує стійкий економічний розвиток і високий рівень якості життя, переважаючи в таких основних сферах як економіка, мобільність, довкілля, громадяни та уряд. Переваги у цих галузях можна забезпечити завдяки сильному людському та соціальному капіталу, а також інфраструктурі ІКТ».[4]

Поняття smart-туризм розглядалося багатьма вітчизняними та іноземними науковцями та є значущим предметом досліджень. Розглядаються різні аспекти використання новітніх технологій для поліпшення якості туристичних послуг, створення кращого досвіду для подорожуючих та зручності подорожей.

Наведемо визначення поняття smart-місто, яке використовують провідні світові дослідники та науковці:

1. Hall, R. E., Bowerman, B., Braverman, J., Taylor, J., Todosow, H., & VonWimmersperg, U. (2000) - Місто, яке відстежує та об'єднує всю критичну інфраструктуру, включаючи дороги, мости, залізницю, метро, аеропорти, морські порти, комунікації, водопостачання, електроенергію, навіть великі будівлі, може краще оптимізувати свої ресурси, планувати їх профілактичне технічне обслуговування та моніторинг аспектів безпеки при максимальному обслуговуванні своїх громадян. (A city that monitors and integrates conditions of all of its critical infrastructures, including roads, bridges, tunnels, rails, subways, airports, seaports, communications, water, power, even major buildings, can better optimize its resources, plan its preventive maintenance activities, and monitor security aspects while maximizing services to its citizens.) [5]

2. Harrison, C., Eckman, B., Hamilton, R., Hartswick, P., Kalagnanam, J., Paraszczak, J., & Williams, P. (2010) - Місто, яке поєднує фізичну інфраструктуру, ІТ інфраструктуру, соціальну інфраструктуру та бізнес інфраструктуру для використання колективного інтелекту міста. (A city connecting the physical infrastructure, the IT infrastructure, the social

infrastructure, and the business infrastructure to leverage the collective intelligence of the city.) [6]

3. Caragliu, A., Del Bo, C., & Nijkamp, P. (2009) - Місто розумне, коли інвестує у людський та соціальний капітал і традиційну (транспорт) та сучасну (ІКТ) комунікаційну інфраструктуру, підтримує стійке економічне зростання і високу якість життя, з розумним управлінням природними ресурсами шляхом участі в управлінні. (A city is smart when investments in human and social capital and traditional (transport) and modern (ICT) communication infrastructure fuel sustainable economic growth and a high quality of life, with a wise management of natural resources, through participatory governance.) [7]

4. Chen, T. (2010) - Розумні міста скористаються комунікаціями та сенсорними можливостями, які вбудовані в інфраструктуру міст, щоб оптимізувати електропостачання, транспортні та інші логістичні операції, що підтримують повсякденне життя, тим самим покращуючи якість життя для кожного. (Smart cities will take advantage of communications and sensor capabilities sewn into the cities' infrastructures to optimize electrical, transportation, and other logistical operations supporting daily life, thereby improving the quality of life for everyone.) [8]

У широкому розумінні «розумне місто» — це міська територія, яка використовує технології для трансформації своїх основних систем і підвищення ефективності роботи. Кінцевою метою будь-якої ініціативи «розумного міста» є створення інтелектуальної підключеної інфраструктури та залучення всіх зацікавлених сторін до цілісної екосистеми для покращення послуг громадян і створення кращого середовища життя.

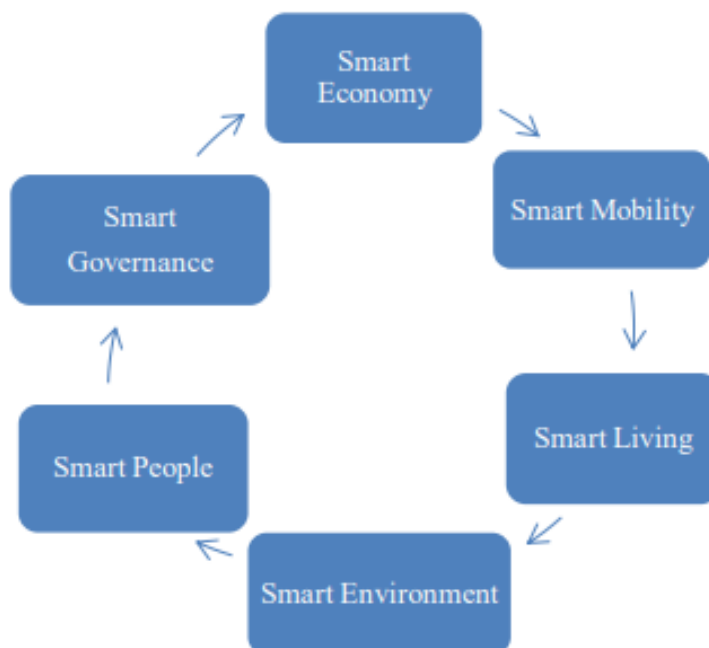


Рис. 1.1 Критерії розумного міста

Джерело: [9]

На рисунку 1.1 показано взаємозв'язок критеріїв розумного міста:

1. Розумна економіка – витрати на дослідження та розробки, на освіту, ВВП, рівень безробіття;
2. Розумна мобільність – безпечний транспорт, пішохідні та велосипедні смуги, інноваційний транспорт, ефективні системи керування дорожнім рухом;
3. Розумний життєвий простір – доступність зон для відпочинку та дозвілля, публічних бібліотек, розважальних центрів, закладів освіти та охорони здоров'я, зелені зони, доступність інформаційно-комунікаційних технологій;
4. Розумне навколишнє середовище – стратегія скорочення викидів CO₂, ефективне використання води та електроенергії, політика міського розвитку, переробка відходів;
5. Розумні люди – рівень освіти громадян, знання мов, навчальні програми, технічні навички;

6. Розумне управління – кількість навчальних закладів, засоби електронного врядування, доступ до інтернету для громадян, легкий доступ до базових зручностей.

Ці критерії – основа розумних міст. Отже, розумне місто – це стійке, придатне до життя, взаємопов'язане та інтелектуальне місто.[9, 10]

У 2011 році IBM офіційно зареєструвала торгову марку «розумніші міста», проголошуючи рішучий намір компанії зробити внесок у нове покоління міської еволюції. Відповідно до бачення IBM, суть розумного міста складається з трьох «І»:

1. Instrumentation (приладобудування) - широке використання датчиків, лічильників, підключених пристроїв для збору даних у реальному часі;
2. Interconnection (взаємозв'язок) – інтеграція різних послуг в єдину систему та об'єднання цих даних;
3. Intelligence (розвідка) - використання розширеної аналітики для моделювання закономірностей і потенційних результатів і прийняття обґрунтованих рішень.

Згідно з наведеним визначенням, інтелектуальна інфраструктура є ключем до розкриття повного потенціалу розумного міста та підготовки до туризму майбутнього. Використовуючи хмарні та передові обчислення, підключені додатки передають, аналізують і керують реальними даними, надаючи уряду, бізнесу та громадам більш поглиблені знання. Ця точка зору в режимі реального часу на 360 градусів може додатково сприяти кращому управлінню енергоресурсами, ефективнішому збору сміття, зменшенню заторів на дорогах і підвищенню конкурентоспроможності.[11]

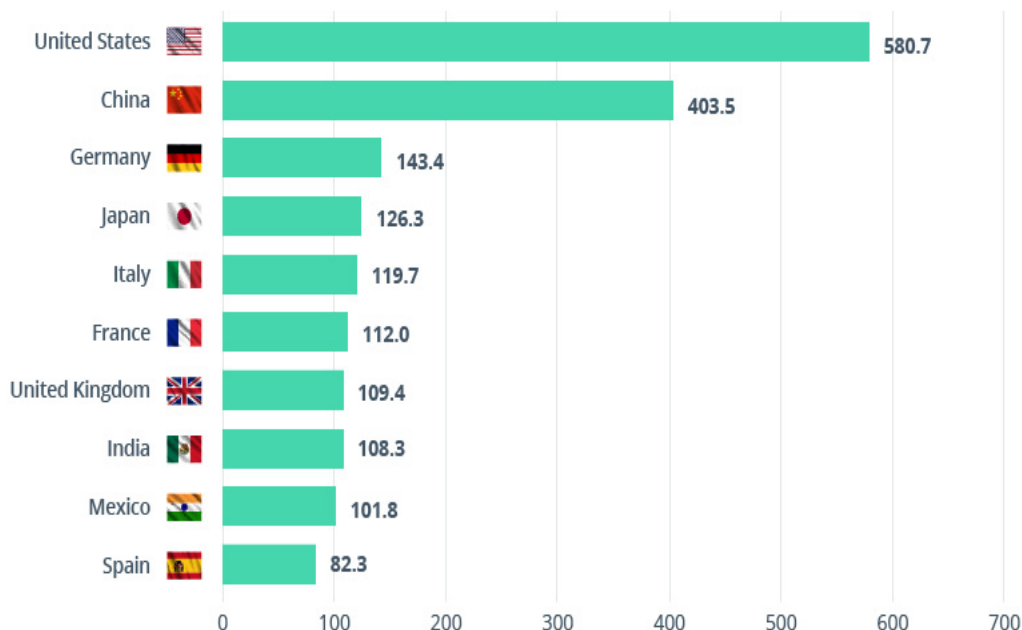


Рис. 1.2 Прямий внесок подорожей і туризму у ВВП провідних країн світу (млрд. дол.)

Джерело: [11] на основі інформації Statista

Окрім своєї технологічної основи, розумний туризм охоплює різні шари і компоненти. Згідно з деякими дослідженнями, є три стовпи розумного туризму - розумний напрямок (smart destination), розумний бізнес (smart business) і розумний досвід (smart experiences).

Під «розумними напрямками» мається на увазі інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій у фізичну інфраструктуру для забезпечення мобільності, розподілу ресурсів та забезпечення стабільної якості життя мешканців та відвідувачів. «Розумний бізнес» означає цифровізацію основних процесів та створення складної екосистеми з тісною державно-приватною співпрацею з метою обміну ресурсами та спільного створення туристичного досвіду. І, нарешті, компонент «розумний досвід» відноситься до покращення та збагачення досвіду за допомогою персоналізації, моніторингу в реальному часі та контекстно-обізнаних послуг.[11]

Європейський Союз визначив концепцію «smart-туризм» як напрямок, що полегшує доступ до продуктів туризму та гостинності, послуг, просторів та досвіду за допомогою інструментів на основі інформаційно-комунікаційних технологій. Інвестування та розвиток цих ресурсів сприяє залученню відвідувачів до міста, що має позитивні наслідки для підприємств і фізичних осіб, які отримують вигоду від більш ефективної інфраструктури та надання послуг.

Галузь туризму зазнала істотних втрат через пандемію COVID-19. Саме smart-туризм та розумні туристичні напрями стануть центром відродження туристичної сфери та будуть пом'якшувати сезонні коливання кількості відвідувачів.

Директива Європейського Союзу про «розумний туризм» визначає це поняття та має на меті «сприяти розвитку розумного туризму в ЄС, створенню мереж та зміцненню напрямків, а також сприяти обміну передовим досвідом». [12, 13]

У своєму дослідженні Ящицина І.В. зазначає важливість впровадження новітніх технологій у туристичну діяльність: «Smart-технології зможуть отримати вигоду з досвіду, набути і зберегти знання, а також швидко й успішно реагувати на нову ситуацію. В умовах розумного туризму цей вид технологій є ключовим компонентом інформаційних систем, які обіцяють надати туристам і постачальникам послуг більш важливу інформацію для прийняття рішень, більшу мобільність і корисніший туристичний досвід».[14]

Доктор економічних наук Басюк Д.І. порівнювала досвід європейських країн у сфері застосування smart- технологій в туризмі на прикладі Барселони (Іспанія) та Львова (Україна). У своєму дослідженні вона зазначає, що «Барселона це яскравий приклад того, що новітні технології виступають каталізатором сталого розвитку туристичних дестинацій. Побудова взаємовідносин між освітою, культурою та бізнесом виступає «розумною» інвестицією в майбутнє. Можемо з впевненістю зазначити, що Україна має

великий потенціал для формування та створення smart-дестинацій, матиме позитивний соціально-економічний ефект для нашої країни, і сприятиме не тільки зростанню туристичних потоків, але й створить передумови для розвитку інших галузей, впровадження ефективних інструментів управління містами і регіонами, поліпшення роботи міських служб. Поруч з впровадженням сучасних ІКТ необхідно брати до уваги цілі сталого розвитку, які є важливими для збереження культури, природного середовища, архітектурного обличчя міст та комфортного життя його мешканців і туристів».[15]

Основні напрями досліджень та розробок у цій галузі:

1. Мобільні додатки для туристів – розробка та вдосконалення додатків, які надають інформацію про туристичні об'єкти та рекомендації щодо засобів розміщення та харчування, спрощують навігацію, забезпечують онлайн-бронювання.

2. Використання Інтернету речей (IoT) – впровадження IoT-технологій у музеях, готелях, туристичних об'єктах та дестинаціях для надання необхідної інформації туристам, що забезпечує більшу зручність, а також допомагає стежити за станом об'єктів і ефективним використанням ресурсів.

3. Використання віртуальної та розширеної реальності(VR та AR) – технології набули особливої популярності під час пандемії COVID – 19, коли через закриті кордони подорожі стали майже неможливими. Завдяки використанню даних технологій туристи змогли отримати інтерактивний туристичний досвід не виходячи з своїх осель. Розробка віртуальних екскурсій та подорожей, AR-навігація – справжній прорив у використанні новітніх технологій у туристичній сфері.

4. Системи керування та автоматизації, аналітика даних, використання штучного інтелекту – використання технологій у готелях, авіакомпаніях допомагає знизити витрати та оптимізувати роботу, збирати та аналізувати дані про попередній досвід туристів, покращити обслуговування.

1.2 Досвід розвитку smart-технологій інших країн.

Всупереч тому, що поняття smart-технології з'явилося ще у минулому сторіччі, остаточного визначення цієї концепції немає. Кожне місто або підприємство вкладає свої зміст у це поняття та вносить свій власний досвід у розвиток інноваційних технологій. Кожне місто, яке претендує на звання «розумного» має свої особливості, стикається зі своїми проблемами та складнощами, і для вирішення розробляє свої підходи та інструменти.

Технологій smart-city у тій чи іншій формі існують у більш ніж 2500 містах світу. Досвід впровадження smart-технологій у життя міста та його мешканців можна умовно поділити на два шляхи:

- Будівництво нового міста з урахуванням smart-технологій;
- Впровадження smart-технологій у функціонування вже існуючого міста.

Більшість країн пішли другим шляхом та поступово впроваджують новітні технології у вже сформовані міські системи, чим значно поліпшують життя мешканців та гостей міста.

Іноземні країни досягли у цій сфері певних результатів, тому Україна може перейняти їх досвід. Концепція “SmartCity” впроваджена у багатьох туристичних країнах, зокрема у Іспанії, Китаї, Південній Кореї, Японії, Сінгапурі.

Таблиця 1.1 Досвід використання Smart-технологій розвинених країн.

Країна	Впроваджені Smart-технології
Японія	Додаток JapanTravel (Navitime) допомагає туристам знайти найкращі маршрути, бронювати готелі, шукати банкомати та точки доступу до безкоштовного WI-FI. Додаток працює без доступу до інтернету, тому значно полегшує подорожі

	Японією.
Іспанія	<p>Барселона - додатки, які надають туристам інформацію про визначні пам'ятки, готелі, ресторани, допомагають знайти вільні місця для паркувань та створити зручні маршрути пересування громадським транспортом.</p> <p>Ехро SmartCity та Всесвітній конгрес перший раз відбулися у 2011 році. У березні 2014 року Європейська комісія назвала Барселону європейською столицею інновацій та присудила премію “iCapital” за впровадження новітніх технологій.</p> <p>Севілья була визнана Європейською столицею розумного туризму у 2023 році. Були реалізовані проекти «Sevilla Smart Accessibility Tourist & Events», щоб покращити доступність та управління міським простором. Місто покращило загальний зв'язок у районах великого потоку туристів і сенсоризацію громадських будівель (предмети культурного призначення, музеї, готелі, транспортна інфраструктура тощо) як вузли Інтернету речей (IoT).</p> <p>У місті Малага реалізують проєкт</p>

	<p>використання відновлювальних джерел енергії. Було встановлено світлодіодне освітлення для економії енергії, побудовано 35 км велосипедних доріжок, розроблено додаток для людей з вадами зору, що дозволяє інтерпретувати інформацію, звертатися за допомогою та отримувати квитки.</p> <p>Загалом, Іспанія одна з країн з найбільш розвиненими smart-технологіями, що зміцнює її позицій на ринку світового туризму.</p>
Сінгапур	<p>Впроваджена система "SmarTone", яка надає туристам доступ до інтерактивних мап, навігації та інформації про місцеві атракції. Розроблено систему електронного туристичного пропуску, яка дозволяє туристам зручно оплачувати послуги та отримувати знижки.</p>
Китай	<p>Іньчуань єдине місто в світі, де не потрібна готівка. Оплатити будь яку покупку можливо за допомогою сканування обличчя.</p> <p>У місті встановленні безліч камер, які стежать за безпекою та датчиків, які допомагають заощаджувати воду та електроенергію, своєчасно вивозити</p>

	сміття.
Південна Корея	<p>Сонгдо – місто є спільним проєктом корпорацій Gale International, POSCO E&C та Morgan Stanley Real Estate, закладене у 2000 році.</p> <p>Встановлені датчики, які збирають і аналізують інформацію про стан доріг і будівель, автомобільний рух, потреби в енергії, витрати води.</p>
Великобританія	<p>У місті Мілтон-Кінс створили програму Catapult Transport Systems у 2010 році. Місто стало центром вивчення та розвитку транспорту.</p> <p>Було запущено безпілотний транспорт з датчиками та камерами, розроблено програму планування транспортних маршрутів для скорочення затримок та економії палива.</p>
Об'єднані Арабські Емірати	<p>Місто Масдар поблизу Абу-Дабі – екомісто, побудоване як модель зеленого міського ландшафту.</p> <p>Отримання енергії та охолодження води (виконує функцію кондиціонера для будівель по всьому місту) відбувається використовуючи енергію сонця. Також у місті існує система безпілотного електричного транспорту Personal Rapid Transit.</p>

Швеція	<p>Гетеборг було визнано Європейською столицею розумного туризму на протязі чотирьох років. Завдяки програмі Smart City Sweden розробляється стратегія, щоб зробити місто першим регіоном світу з нульовим викидом. Також були розроблені програми, щоб зробити місто зручним та безпечним для громадян і гостей міста.</p>
Кіпр	<p>Пафос є одним з найпопулярніших туристичних місць на острові Кіпр та визнано Європейською столицею розумного туризму у 2023 році.</p> <p>Місто інвестує значні кошти у розвиток інфраструктури регіону, туристичні продукти та послуг, захист навколишнього середовища.</p> <p>Було створено проєкт «Розумне управління водою», головною метою якого є оптимальне використання водних ресурсів та забезпечення якості питної води.</p> <p>У туристичній сфері активно використовуються технології доповненої реальності (AR)</p>

Малайзія	У місті Куала-Лумпур завдяки проєкту «Сайберджайя» була створена мережа датчиків Інтернету речей (IoT), які вимірюють індекс забруднення повітря, а також температуру та вологість у 10 точках «розумного» малайзійського міста.
----------	--

Джерело: власна розробка автора на основі [12, 13, 15, 16]

За даними таблиці можна прийти до висновку, що більшість розвинених країн використовують передові технології для покращення життя своїх громадян. Впровадження smart-технологій у цих країнах має вплив також і на туристичну галузь. Туристи з більшою вірогідністю оберуть відпочинок у комфортних умовах, з зрозумілими маршрутами пересування, зручними готелями, у безпечних та екологічних країнах.

1.3 Сучасний стан розвитку smart-технологій в Україні.

Україна почала впроваджувати концепцію smart-міст у 2015 році, відштовхуючись від досвіду інших країн. Елементи smart-city існують у Києві, Івано-Франківську, Львові, Мукачеві, Дрогобичі, Запоріжжі, Полтаві, Тернополі, Харкові та інших містах. Система «Безпечне місто» працювала у Маріуполі. У 2021 році Київ посів 82 місце у світовому рейтингу Smart City Index.

У більшості випадків, міста в Україні використовують тільки окремі інструменти концепції розумних міст, тобто на даний момент назвати будь яке місто «розумним» у повній мірі, на жаль, неможливо. Однак, наша країна рухається вірним шляхом і вже досягла певних успіхів у цифровізації та автоматизації.

Розглянемо досвід України у сфері використання smart-технологій. У деяких містах нашої країни також почали активно впроваджувати новітні технології у життя містян.

Однією з найвідоміших розробок є застосунок та портал Дія, завдяки якому Україна стала першою країною у світі, у якій цифрові копії документів мають таку ж юридичну силу, як паперові. Окрім використання документів, за допомогою додатку можна:

- Заповіти довідки про місце проживання (у тому числі дитини), витяг про несудимість, відомості з реєстру про застраховану особу та суми заробітної плати, з якої сплачується єдиний соціальний внесок (довідки ОК-5 та ОК-7);
- Отримати дані про виконавчі провадження та судові справи;
- Сплатити податки та збори ФОП, судові та ПДР штрафи;
- Заповіти заміну водійського посвідчення, відправити запит на шеринг авто;
- Задекларувати місце проживання або його зміну;
- Подати заявку на державну іпотеку з пільговими фіксованими відсотками;
- Оформити допомогу по безробіттю, послуги для внутрішньо переміщених осіб, отримати допомогу за пошкоджене внаслідок бойових дій житло;
- Пройти опитування стосовно загальнодержавних питань, підписати петицію;
- Відправити допомогу на потреби армії, знайти найближчий пункт незламності та навіть оформити обмін лампочок на більш економічні;
- Дія. Підпис – цифровий підпис, яким можна підписувати електронні копії документів та використовувати для отримання державних послуг, наприклад для входу до електронного податкового кабінету та підписання декларації про доходи.

Портал Дія надає можливість вирішити ще більше питань, які раніше можливо було вирішити тільки особисто відвідавши державну установу. Тепер отримати послугу або замовити документ чи довідку можливо не

виходячи з дому за декілька хвилин та без черг. Кількість послуг, що надається постійно збільшується.

Впровадження додатку та порталу Дія можна вважати справжнім проривом у використанні новітніх технологій у житті громадян України. Це дійсно великий крок у розвитку smart-технологій нашої країни. Особливо важливим додаток проявив себе на початку повномасштабного вторгнення, коли багато людей втратили свої паперові документи.

Прикладом використання новітніх технологій є також інформаційний туристичний портал «VisitUkraine», який допомагає туристам з України та іноземним туристам отримувати актуальну та перевірену інформацію про правила в'їзду та виїзду, страхування, митні правила, інформацію про туристичні об'єкти та цікаві заходи (виставки, фестивалі, вистави, тощо). Портал працює, як он-лайн помічник та має цілодобову гарячу лінію, на якій туристу нададуть допомогу українською та англійською мовами. Також, гаряча лінія надає допомогу у оформленні туристичного страхування, а в умовах карантинних обмежень COVID-19 можливо було оформити виїзне ПЛР-тестування. На порталі можна придбати квитки на потяг, автобус або літак (до повномасштабного вторгнення), тур по українським містам, забронювати готель. [17]

Подібні консультаційні центри для туристів функціонували у Києві, терміналі «D» аеропорту Бориспіль, Запоріжжі та Херсоні. Консультанти туристично-інформаційних центрів надавали туристам інформацію про маршрути пересування між об'єктами туристичної привабливості, популярні напрями подорожей та відпочинку, цікаві місця та пам'ятки, залізничне, авіа та автобусне сполучення та рух громадського транспорту. [18]

Прикладом досвіду використання мережі Інтернету речей в Україні можна зазначити тестування NB-IoT телекомунікаційним оператором «Київстар». За допомогою спеціально розроблених датчиків стає можливим аналізувати інформацію, отриману від систем розумного освітлення,

управління світлофорами, паркінгами, зупинками. Управлінні здійснюється через Центру керування IoT, який був розроблений компанією Київстар. [19]

Smart-технології успішно впроваджуються у життя багатьох міст України.

1. У 2020 році у Києві була затверджена концепція «Kyiv Smart City». Пріоритетними напрямками розвитку були зазначені транспорт, медичне обслуговування, електронне врядування, комунальні послуги та інформаційне середовище.

Концепція «Kyiv Smart City» визначає також прагнення до розвитку внутрішнього та міжнародного туризму з використанням розумних технологій, хоча і не направлена безпосередньо на розвиток туристичної галузі.

Була введена «Карта киянина» - єдина карта проїзних квитків, можливість запису до лікаря, реєстрація дитини до закладів дошкільної освіти, міська система відео-спостереження з можливістю розпізнавання облич, номерів автомобілів, управління дорожнім трафіком.

Введення картки туриста Kyiv Pass стало ще одним передовим кроком до діджиталізації послуг, що надаються туристам. Завдяки цьому нововведенню подорожуючі можуть відвідати різні туристичні об'єкти та екскурсії, отримати знижки у готелях та ресторанах. Картка є єдиним квитком до музеїв, зоопарку, художніх галерей та навіть метрополітену. Вартість карти становить від 15 до 35 євро, термін дії - 24-72 години. Володар Kyiv Pass отримує 20 відвідувань музеїв; 8 відвідувань галерей; 3-5 поїздок на метро; 2 входи в клуб; 2 екскурсії містом на автобусі; 1 візит у зоопарк та інші послуги.

У 2021 році Київська міська рада презентувала туристичний портал, на якому можна отримати інформацію про туристичні локації, маршрути міського транспорту, цікаві події, тощо.

Портал створено за найновітнішими технологіями – було оцифровано 65 популярних туристичних локацій, використані елементи доповненої

реальності та створено декілька 3D-турів. Користувачі можуть віртуально побувати в таких локаціях, як міський зоопарк; станція метрополітену «Золоті Ворота»; печери Києво-Печерської Лаври; парк «Наталка»; Замок Ричарда Левове серце (оглядова екскурсія ззовні) та панорама Лисої гори; Пейзажна алея та ін.

Туристичний додаток Kyiv City Guide допоможе туристам обрати цікавий маршрут або створити свій, та відвідати найвідоміші місця Києва у зручний час. Маршрути мають різну тривалість та супроводжуються аудіо-гідом українською та англійською мовами. Застосунок отримав міжнародну нагороду та високу оцінку «highly recommended» на церемонії вручення Міжнародної туристичної премії за 2018 р. у Лондоні (Велика Британія).[20, 21, 22, 23, 24, 25]

2. У Львові створена картка міста «Lviv City Card» - туристи можуть безкоштовно користуватися наземним електротранспортом, відвідати близько 20 музеїв та Ратушу, отримати знижки у закладах харчування.

У 2018 році спільно з мобільним оператором Vodafone був реалізований проєкт – маршрут «Вперше у Львові», який об'єднує 15 локацій. За допомогою QR-кодів, які розміщені біля культурних та історичних пам'яток можна отримати інформацію про об'єкт на чотирьох мовах (українська, англійська, німецька та польська).

Також у Львові був впроваджений гід Lviv Travel Places. Зупинки були обладнані інформаційними електронними табло з маршрутом та часом прибуття транспорту, а в додатку Lviv Transport Tracker можна відслідковувати рух транспорту у режимі реального часу. На вулицях міста встановлені інформаційні термінали з тачскріном для пошуку об'єктів туристичної привабливості.

У 2020 році було розроблено онлайн гід «Travel Fellow», який допомагає туристам спланувати маршрут пересування містом. У додаток внесено 470 визначних місця Львова, туристам надається інформація (аудіо-гід), коли користувач перебуває біля туристичної атракції.

У 2019 році на Львівщині відбулося засідання підгрупи «Smart-спеціалізація» із розробки стратегії області до 2027 року. У заході взяли участь представники влади, наукових та освітніх установ та бізнесу. Фокус-групи за напрямками (біоекономіка, поліграфія, креативні індустрії, медичний туризм та загальна секція) працювали над розробкою спеціалізації, яка стане частиною Стратегії регіонального розвитку Львівщини. За результатами засідання було визначено, що область має значний потенціал для розвитку таких напрямів, як:

- Креативні індустрії (ІТ та програмування; діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг; виробництво ювелірних виробів, біжутерії та подібних виробів; виробництво аудіо, відео продукції та рекламних матеріалів; надання інформаційних послуг тощо);
- Біоекономіка (деревообробна та меблева промисловість; поліграфія; харчова промисловість; органічне сільське господарство, ягідництво та садівництво; біоенергетика);
- Медичний туризм; Біотехнології; Фармація; Охорона здоров'я.

Роботу над детальною розробкою та впровадженням smart-спеціалізації продовжуватимуть і після затвердження Стратегії розвитку Львівщини до 2027 року. Мета – розвиток таких видів економічної діяльності, які мають інноваційний потенціал та сприяють трансформації секторів економіки в більш ефективні. [14, 27]

3. Івано-Франківщина вже кілька років поспіль посідає лідерські позиції серед регіонів України за показником доходу суб'єктів туристичної діяльності області від надання туристичних послуг. Сприяючи зростанню привабливості Івано-Франківська, проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС) допомагає місцевій владі розвивати туристичний потенціал, зокрема через розроблення Маркетингової стратегії міста, бренда міста «Івано-Франківськ — місто для життя», а також створення мобільного додатка «Відвідай Івано-Франківськ», який уперше

презентовано у 2018 році. Розроблено його було в межах проекту «Smart-туризм в Івано-Франківську».

«Відвідай Івано-Франківськ» — це безкоштовна програма, що містить карту міста, інформацію про історичні пам'ятки, культурно-мистецькі події, транспортну систему, готелі, заклади харчування, розважальні й торговельні центри, а також контакти екстрених служб, лікарень і консульств. Мобільний додаток став не лише практичним інструментом для інтерактивного знайомства мандрівників із містом, а й зручною довідкою для місцевих жителів, адже тут акумульовано контакти всіх департаментів міської ради, інформацію про ухвалені місцевою владою рішення, налаштовано повідомлення про готовність документів, замовлених у Центрі надання адміністративних послуг. Також у додатку окремим розділом надано адреси банкоматів й аптек міста.

За допомогою мобільного додатка можна обрати певний туристичний об'єкт, отримати про нього розгорнуту інформацію, переглянути фото, сформувати маршрут: пішки, велосипедом, власним авто чи громадським транспортом. Крім цього, кишеньковий гід може надсилати розумні повідомлення та проводити аудіо-екскурсії – для цього на двадцяти будівлях міста розміщено спеціальні передавачі, які за допомогою технології Bluetooth надають інформацію про об'єкт. Додаток доступний українською, англійською, німецькою та польською мовами,

Розвиток туристичної сфери в Івано-Франківську є однією з основних цілей Стратегії розвитку міста до 2028 року, розробленої у 2017 році за сприяння Проекту ПРОМІС у співпраці з представниками місцевої влади, бізнесу та громадянського суспільства. У місті заплановано створення нових туристичних продуктів (фестивалів, виставок, культурно-мистецьких заходів, пішохідних і велосипедних туристичних маршрутів, туристично-культурного мистецького центру), відбувається активна співпраця влади й туристичного альянсу, буде проведено археологічні розкопки й створено музейні комплекси. Джерелами фінансування заходів щодо розвитку туризму

стануть: міський бюджет, кошти суб'єктів господарювання, міжнародних фінансових інституцій і міжнародної технічної допомоги. [28, 29]

4.Розробка бренду міста Харкова «SMART City» почалася у 2008 році. Контент бренду полягає у наступному: «SMART - це не просто розумний місто, це місто соціальний (social), сучасний (modern), місто мистецтва (art), відкриттів (research) і місто туризму (tourist)».

У рамках Kharkiv Smart City передбачено 36 проєктів, серед яких «Smart-транспорт» («розумні» світлофори і зупинки, мобільний додаток для міського транспорту), «Smart-energy» (використання альтернативних джерел енергії), велодоріжки і велопрокат із можливістю онлайн оплати, системи «E-medicine» і «E-government», інформаційний додаток «Туризм».

Харківська міська рада активно використовує цифрові технології в роботі і наданні послуг жителям. Зокрема, в місті успішно працюють онлайн-платформи «Портал електронних сервісів» і «Портал харків'янина», мобільний додаток «Мій Харків», городяни платять за паркування онлайн, користуються єдиною медичною системою «HELSI.me» та іншими онлайн-послугами. Щоб харків'яни здолали цифровий бар'єр і могли користуватися новими електронними сервісами, для них проводять безкоштовні курси цифрової грамотності.

Одним із перших кроків на шляху до "розумного" управління містом стало впровадження технології Mobile ID або «мобільний паспорт» - електронного способу ідентифікації особистості за допомогою мобільного телефону, одного з трьох офіційно визнаних державою в Україні. Харків - перше місто України, яке запровадило цю технологію.

У місті була відкрита консалтинг-зона «Дія.Бізнес», де підприємці можуть отримувати безоплатні та, в деяких випадках, платні консультації щодо розбудови та покращення свого бізнесу. Ці послуги на сьогодні можна отримувати онлайн на порталі «Дія.Бізнес».

Харків посідає перше місце за кількістю ІТ-компаній і спеціалістів. Одним із основних напрямків роботи кластера є співпраця з місцевою

владою. Також планується робота щодо поліпшення цифрової грамотності населення.

В рамках проєкту оновлення міста, який презентували у журналі «Харків – ідеальне місто майбутнього», передбачено створення концепції smart-city. Згідно з програмою відновлення міста, акцент буде зроблено на розвиток медицини, освіти, транспорту, туризму та управління. Також у Харкові хочуть реалізувати ідею розумних районів. Система транспорту включає покращення системи роботи світлофорів, облаштування нових паркувань та зупинок для городян.

Розвиток туризму передбачає створення єдиного, повного туристичного ресурсу (порталу та мобільного додатку) у місті Харків з можливістю відвідати онлайн екскурсії в режимі віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR). Одне з головних завдань - покращити туристичну сферу та зробити Харків більш привабливим, застосовуючи сучасні цифрові технології, такі як віртуальна реальність, доповнена і змішана реальність.

Щодо управління, то в місті планують створити:

- єдину міську платформу та покриття території міста Харків бездротовою мережею передачі даних як базова технологія для розгортання інших проєктів;
- удосконалити співпраці та підвищити ефективності робочих процесів у виконавчих органах міської ради, комунальних підприємствах, установах, організаціях Харківської міської ради (далі - співробітники міської ради), шляхом впровадження smart-рішень з управління документацією, процесами та нарадами;
- покращити послуги громадянам завдяки спрощенню доступу та пошуку публічної інформації, імплементації електронних сервісів та автоматизації процесів тощо.

В рамках розвитку проєкту Smart-райони передбачено нове будівництво, розвиток систем енергоефективності, розбудову вулиць,

районів та кварталів міста новітніми куточками відпочинку, розширення міської мережі Wi-Fi та багато іншого. [30, 31, 32]

5. Полтавська міська рада у 2019 році створила робочу групу, до якої увійшли громадські активісти, представники бізнесу, влади та небайдужі полтавці, які разом сформували концепцію Poltava Smart City.

Згідно концепції було визначено загальне бачення, візію, специфіку, сфери та напрямки для трансформації Полтави у цифрове, інноваційне та прогресивне місто. Основні сфери та напрямки трансформації:

- Е-демократія та управління містом;
- Освіта;
- Медицина;
- Екологія;
- Житлово-комунальне господарство;
- Міська мобільність;
- Безпека;
- Туризм;
- Інвестиції та бізнес.

У стратегії зазначено, що «Туризм в місті є не лише однією з галузей економіки, яка може стати прибутковою статтею міського бюджету, а й галузь, яка відповідає за імідж міста, за його привабливість на регіональній, національній і світовій арені. Прогресивною та безальтернативною площиною вирішення цього завдання повинні стати інноваційні технології та інфраструктурні рішення.»

Проектні напрямки в сфері туризму:

1. Мобільний туристичний сервіс – швидкий доступ до туристичної інформації міста.

- Інформація про заклади міста;
- Інформація про готелі міста;
- Туристичні маршрути.

2. Зони WI-FI- обладнання безкоштовного WI-FI на туристичних об'єктах та в громадських місцях (транспорт, залізничні вокзали, автовокзали, лікарні, парки тощо).

3. QR-коди туристичних об'єктів - швидкий доступ туриста до інформації про туристичний об'єкт. Використання QR-кодів на всіх туристичних об'єктах (у т.ч. музеях, парках, поруч з пам'ятниками тощо), які дозволяють отримувати текстову, графічну, 3D-моделі, аудіо (аудіогіди) інформацію на багатьох мовах

Очікувані результати:

- Розвиток туристичного потенціалу міста;
- Збільшення фінансових надходжень до бюджету міста;
- Створення нових робочих місць.[33, 34]

Окремо хочеться приділити увагу Одеському регіону. Одеська область стала першою, яка визначила пілотні громади, що впроваджуватимуть інструменти цифрової трансформації в регіонах. Саме за їх досвідом реалізовуватимуться проекти цифрового розвитку по всій Україні.

Міста обласного значення, а саме: Балта, Білгород-Дністровський, Біляївка, Ізмаїл, Подільськ, Теплодар, Чорноморськ та Южне, першими впровадять інструменти цифрового розвитку на місцях. Зокрема, у 2021 році пріоритетними завданнями для них є впровадження та популяризація сервісу Дія на всіх рівнях, розвиток цифрового документообігу, підключення до послуги «Малюк» та «Прописка», забезпечення якості надання послуг у ЦНАП.

Програма цифрового розвитку регіонів, яку Мінрегіон розробляє спільно з Міністерством цифрової трансформації, передбачає проведення реінжинірингу публічних послуг, забезпечення електронної взаємодії між національними реєстрами та реєстрами місцевого самоврядування, запровадження можливості отримання електронних послуг через смартфон, розвиток системи електронного документообігу, забезпечення безперешкодного доступу до високошвидкісного інтернету всіх населених

пунктів, запровадження інноваційних технологій у системи управління розвитком міст на засадах концепції розумного міста (smart-city) тощо.

У Одесі реалізується програма «Електронне відкрите місто», згідно якої планується впровадження більш ніж 30 проєктів у сфері інформаційних технологій, серед яких безкоштовний WI-FI у громадських містах та встановлення веб-камер, портал «Єдиний центр звернень», у якому містяни можуть залишити свої скарги, пропозиції та побажання, отримати відповідь відповідальної особи.

Також в Одесі реалізований та успішно працює додаток Transpod, у якому можна відстежити рух електротранспорту, придбати квиток чи побудувати маршрут. Оплата та проїзд здійснюється за допомогою смартфона та технології Bluetooth.

Згідно з Програмою розвитку туризму у місті Одесі на 2016-2020 роки, яка була затверджена рішенням Одеської міської ради від 03 лютого 2016 року, було виконано такі завдання, пов'язані з впровадженням «розумних» технологій у туристичну діяльність:

- забезпечення діяльності комунального підприємства «Туристичний інформаційний центр міста Одеси». У місті функціонували 5 філій (на Приморському бульварі у фойє фунікулера; на вул. Єврейській, 4а; у приміщенні нової автостанції «Старосінна»; на базі мікроавтобусу на вул. Ланжеронівській (протягом «високого» туристичного сезону); в приміщенні комунального підприємства «Право»).

- впровадження проєкту «Туристична картка гостя м. Одеси» - дозволяє туристові відвідувати визначні пам'ятки, не купуючи окремі квитки. Послуги, які можливо отримати – відвідування зоопарку, музеїв, екскурсії на електромобілях, отримання знижки на відвідування аквапарку «Одеса», квест-кімнат, кафе та ресторанів.

- впровадження проєкту безкоштовної інформаційної допомоги туристам волонтерами «Інфо-груп». У проєкті брали участь студенти Міжнародного гуманітарного університету, Одеського національного

університету імені І.І. Мечникова, Одеського національного економічного університету, Коледжу нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу, Одеської національної академії харчових технологій, Одеського державного екологічного університету. Волонтери «Інфо Груп» працювали у місцях масового скупчення людей – у центральній частині міста, на залізничному вокзалі, в аеропорту та інших місцях м. Одеси.

Всього до зазначеного проекту залучено 108 волонтерів.

Вони безкоштовно розповсюджували карти міста і Календар подій у м. Одесі у 2018 році та надавали туристам необхідну інформацію щодо місця проживання, харчування, відпочинку, яким маршрутом дістатися до того чи іншого об'єкта показу; заходів, що проходять в місті, а також проводили опитування та анкетування туристів та гостей м. Одеси.

У рамках зазначеного проекту були розроблені та встановлені інтерактивні QR-таблички на архітектурних пам'ятниках, визначних пам'ятках і об'єктах показу в центральній частині міста Одеси. При скануванні QR-коду програма переадресовує запитувача на інформацію про відповідний архітектурний об'єкт, яка розміщена на офіційному туристичному сайті міста: www.odessatourism.org.

- Створення та впровадження в місті екскурсійних маршрутів у форматі 3D.Віртуальні тури є кращим засобом презентації міста в Інтернеті, бо дозволяють якнайкраще ознайомити глядача з усіма визначними пам'ятками й оглядом головних вулиць та інших відомих місць Одеси.

- Організація проведення опитувань, анкетувань туристів та гостей м. Одеси стосовно досвіду подорожей та сервісу, що надається.

- Розробка та встановлення картосхем, на яких відмічено розміщення основних об'єктів туристичного відвідування. Впродовж звітнього періоду були розроблені для встановлення на зупинкових комплексах міста картосхеми місць відвідування, а саме театрів, музеїв, основних об'єктів показу міста з описом 3-ма мовами (українська, російська, англійська). Це

сприяло кращому орієнтуванню на місцевості й робило перебування туристів у місті більш зручним.

- Виготовлення та встановлення туристичних інформаційних знаків, що інформують про найближчі об'єкти туристичного відвідування, місцезнаходження комунального підприємства «Туристичний інформаційний центр міста Одеси», та його філій.

- Впровадження проекту з туризму для людей з особливими потребами. Було організовано 36 екскурсійних турів. Для покращення умов пересування цієї категорії людей спеціально обладнаний автобус, в якому вмонтовано апарель.

- Впровадження проекту встановлення комплексу туристичних інформаційних панелей в м. Одесі та їх технічне обслуговування.

Встановлення інформаційного туристичного кіоску дає можливість гостям міста швидко та зручно отримати необхідну інформацію про найцікавіші культурно-розважальні заходи в місті, дізнатись про готелі, ресторани, театри, визначні пам'ятки міста, переглянути відеоматеріали та отримати іншу корисну для туриста інформацію.

- Утримання та просування туристичного сайту м. Одеси (оновлення інформації, розробка нових розділів, реклама та просування сайту в мережі Інтернет тощо).

Офіційний туристичний сайт міста: www.odessatourism.org доступний трьома мовами, що забезпечує спрощений доступ до інформації, необхідної туристам та мешканцям міста.

На сайті можна ознайомитися з інформацією про туристичну інфраструктуру міста (готелі, музеї, театри та інші суб'єкти туристичної діяльності), з іншою інформацією, необхідною для туриста, та календарем подій у місті. Сайт забрендований туристичним логотипом міста.

- Утримання мобільного додатка «Путівник Одесою». Додаток виконує функцію електронного гіда містом, який підкаже де розташуватись, смачно поїсти і які туристичні об'єкти відвідати.

- Просування туристичного продукту м. Одеси в Інтернет-просторі («Facebook», «Youtube» тощо).

Програма розвитку туризму в м. Одесі на 2016-2020 роки була розроблена з метою збільшення туристичного потоку, підвищення конкурентоздатності міста в галузі туризму, забезпечення широких можливостей та комфортних умов для туристів і гостей м. Одеси, утримання лідируючих позицій міста на національному ринку туристичних послуг, а також виходу на міжнародний ринок, розвитку інноваційних програм, збільшення кількості робочих місць та збереження й раціонального використання історико-культурної спадщини й природного потенціалу міста.

Туризм є одним з пріоритетних напрямів розвитку міста. Щорічно Одесу відвідує значна кількість туристів, що приїжджають до нашого міста, щоб познайомитися з його культурним різноманіттям і отримати незабутні враження.

Туристична галузь стрімко розвивається, що супроводжується постійним впровадженням новітніх технологій, застосуванням прогресивних заходів просування та надання послуг, ефективним використанням наявних можливостей та ресурсів.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що smart-технології активно впроваджуються у життя українців, що має значний вплив і на туристичну сферу. Однак, ступінь розвитку новітніх технологій у повсякденному житті українських міст, нажаль, є недостатнім. Наша країна знаходиться тільки на початку шляху до глобального використання новітніх технологій. На даний час відсутня цілісна концепція розвитку smart-технологій, та елементи smart-city використовуються як складники «розумного» міста, не спеціалізовано для туристичної сфери.

Головною перешкодою для розвитку інноваційних технологій у житті міста є нестабільна геополітична ситуація у країні, нестача бюджетних коштів, низький рівень інвестиційного та інноваційного забезпечення. Спочатку пандемія COVID-19, а потім військовий конфлікт з країною

агресором поставив на паузу більшість ланок життя пересічного громадянина і держави загалом. Однак, трагічна сторінка у житті нашої країни закінчиться і настане час відновлення. І саме інноваційні технології стануть рушійною силою і відкриють нові можливості для України.

Висновки до 1 розділу

Сучасний світ вимагає нових підходів до розвитку та управління туристичною галуззю, і smart-технології стануть ключовим фактором у цьому процесі.

Світові та вітчизняні дослідження в області розвитку smart-технологій в туризмі визначають необхідність та важливість впровадження інновацій для покращення якості туристичних послуг та забезпечення ефективного управління галуззю. У сучасних дослідженнях smart-туризм розглядається як перспективний напрямок, де використання новітніх технологій спрямоване на зростання якості послуг, покращення управління містами та створення інтелектуального та зручного середовища для туристів.

У цілому, дослідження у сфері smart-технологій та smart-туризму демонструють, що впровадження інновацій та сучасних технологій є важливим чинником для сталого розвитку туристичного сектору. Smart-технології забезпечують збалансований підхід до розвитку галузі та збільшують задоволення від подорожей для туриста.

Узагальнюючи, світовий досвід використання smart-технологій свідчить про їх потужну роль у покращенні якості життя громадян, розвитку промисловості, створенні стійкого та інноваційного суспільства. Ці технології є ключовим напрямом у формуванні майбутнього для країн, міст та людства в цілому.

Smart-технології роблять туристичний напрям більш конкурентоспроможним, оскільки надають туристам більше

вражень, дозволяють створювати власні маршрути на основі особистих вподобань, полегшують взаємодію з середовищем, що стає ключовим фактором вибору того чи іншого напрямку. Крім того, інноваційні підходи дозволяють розширювати межі туристичних послуг та створювати нові туристичні продукти.

Smart-технології впливають на туристичну сферу опосередковано, оскільки головна мета впровадження новітніх технологій у суспільстві, все ж таки, створення «smart-city». У світі велика кількість країн вже активно впроваджують концепцію «розумного міста». Використання smart-технологій у транспортній, енергетичній сфері, в управлінні відходами, технологіях безпеки та екології, інших галузях, значно полегшує життя мешканців та підвищує ефективність міського середовища.

Аналізуючи викладений у роботі матеріал, можна прийти до висновку, що у Одеському регіоні теж проводиться активна робота по впровадженню інноваційних технологій. Інноваційні рішення мають на меті розвиток Одеси, як туристичної столиці нашої країни, покращення якості обслуговування за збільшення туристичного потоку (у тому числі і залучення іноземних туристів). Проекти, які охоплюють інтерактивні QR-таблички, віртуальні тури, мобільні додатки та інші технологічні рішення, спрямовані на створення комфортного та інформативного середовища для туристів.

Незважаючи на труднощі, пов'язані з економічними обмеженнями та нестабільною геополітичною ситуацією (спочатку через пандемію COVID-19, а тепер через війну), Одеса демонструє готовність до інноваційного розвитку та використання новітніх технологій. Впровадження «розумних» технологій у сферу туризму є важливим кроком для позиціонування міста, як сучасного та гостинного туристичного напрямку. Використовуючи передові технології, Одеса може перетворитися на найбільш сучасний та конкурентний туристичний напрям в Україні. Інформаційна доступність, інтерактивність та інклюзивність мають стати ключовими принципами у розвитку туризму Одеського регіону.

РОЗДІЛ 2

Аналіз туристичного потенціалу Одеської області та міста Одеса

2.1. Характеристика популярних туристичних напрямів та об'єктів.

Як зазначено у «Стратегії розвитку Одеської області на період 2020 - 2027 роки» [37], Одеський регіон має в наявності сприятливі природно-кліматичні умови та курортно-рекреаційні ресурси.

Одеська область характеризується наявністю природних лікувальних ресурсів: мінеральні води; пелоїди (лікувальні грязі), ропа лиманів та озер; морське узбережжя; природні об'єкти і комплекси зі сприятливими для лікування, оздоровлення та медичної реабілітації кліматичними умовами. Кліматичні умови області сприятливі для курортно-рекреаційної діяльності. Лікувальними водними об'єктами на території області є відомі родовища пелоїдів Куяльницького і Хаджибейського лиманів, а також родовища мінеральних вод Одеське, Куяльницьке, Чорноморське.

Станом на 2018 рік в Одеській області налічується 321 санаторно-курортний та оздоровчий заклад, які можуть прийняти понад 40 000 туристів. В число найбільш забезпечених санаторно-курортним господарством входять Білгород-Дністровський (141 одиниця), Татарбунарський (80 одиниць), Кілійський (75 одиниць) і Овідіопольський (56 одиниць) райони. Найбільша кількість дитячих закладів оздоровлення і відпочинку зосереджена в м. Одеса (138 одиниць), м. Білгород-Дністровський (65 одиниць) та Лиманському (62 одиниці), Подільському й Саратському районах (по 52 одиниці).

Природно-заповідний фонд Одеської області складається з 123 територій і об'єктів, серед яких 16 об'єктів загальнодержавного значення і 107 об'єктів місцевого значення.

Найбільш значущі та відомі об'єкти природно заповідного фонду:

- Дунайський біосферний заповідник - площею майже 50 тис га вважається найбільшим болотистим заповідником в Європі. Дунайська

дельта – це наймолодша природна суша Європи. За багатством рослинного і тваринного світу дунайська дельта є унікальним, неповторним місцем в Європі й посідає 3 місце у світі. Частина заповідника увійшла до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

- Нижньодністровський національний природний парк - природоохоронна територія, національний природний парк в Україні в пониззі р. Дністер, який входить в 10-ку найкращих національних природних парків України.

- Національний парк «Тузовські лимани» - розташований в межиріччі Дунаю та Дністра та являє собою групу витягнутих вздовж морського узбережжя мілководних лиманів. Всі вони відділені від моря вузьким (від 50 до 400 м) піщаним пересипом (косою), що має довжину близько 40 км. «Тузовські лимани» одне з найкращих місць для дикого морського відпочинку та лікування багном з лиманів. Засновано 1 січня 2010 року, площа 27 865 га.

- Курорт «Куяльник» - включає розвиток лікувально-оздоровчого туризму та інноваційних підходів до організації рекреаційної та лікувально-оздоровчої діяльності на курорті «Куяльник» та розроблений з метою створення основних функціональних складових курорту та забезпечення їх успішного функціонування, подальшого розвитку і удосконалення.

За статистичними даними в Одеській області налічується приблизно 208 закладів розміщення, 396 закладів харчування та 321 курортний заклад, які можуть прийняти туристів.

Загалом на території області діє 46 туристичних маршрутів. Найбільші туристичні потоки прямують по таких відомих маршрутах туристичної Одещини: Байдарки на Турунчуку; Бессарабська садиба «У Меланії»; Дністровська Амазонія; Ранчо дядюшки Бо; Таємне життя Сиверина Потоцького; Долина роз; «Як козаки за сіллю ходили...»; «По хвилях Бессарабії»; Чумацькими шляхами; Шабо та Акерман; Етнопарк «Нью

Васюки»; Фрумушика-Нова; Дунайська-дельта - 0 км, та багатьох інших яскравих атракцій.

Туристично-екскурсійний потенціал області також визначений численними пам'ятками різних часів з відомими історико-культурними заповідниками, пам'ятниками та музеями. Це відомі у світі Одеський національний академічний театр опери та балету, знамениті Потьомкінські сходи, місто Вилкове, фортеця XII - XV сторіч в місті Білгороді-Дністровському, розкопки античних міст Тіри і Ніконії, пам'ятники культової архітектури в містах Одесі, Ізмаїлі, Рені, Кілії та багато іншого. Біля 4500 пам'яток культурної спадщини та 12 міст області занесені до Списку історичних населених місць України. Понад 100 об'єктів культурної спадщини мають статус пам'яток національного значення, що створили Одещині імідж одного із найбільш відомих і популярних, через свою самобутність, місць для відвідування туристами і відпочиваючими.

Туристична галузь є стратегічним вектором розвитку області, яка має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного розміщення, сприятливий клімат, найбільший морський порт України, курортно-рекреаційний комплекс, транспортна, фінансова та соціально-культурна інфраструктура.

Водночас подальший розвиток туристичної галузі гальмується через:

- недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму;
- недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури;
- недостатню кількість засобів розміщення, насамперед готелів 3-4 та 5 зірок, які відповідають міжнародним стандартам та сертифікаційним вимогам;
- невідповідний стан багатьох об'єктів туристичного показу, історико-культурних пам'яток та музеїв стримує зростання туристичних відвідувань регіону та створення нових туристичних маршрутів;
- недостатню забезпеченість професійними кадрами в галузі туризму.

Стратегічним напрямком розвитку туристичної галузі Одеської області є перетворення її у конкурентоспроможну, високорентабельну, інтегровану у світовий ринок галузь, що зможе стати вагомим чинником прискорення соціально-економічного розвитку області, підвищення якості життя населення, гармонійного розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі.

2.2 Оцінка потенціалу та перспектив розвитку smart-туризму у Одеській області.

У рамках написання кваліфікаційної роботи магістру було проведене анкетне опитування серед мешканців міста Одеса та Одеської області стосовно впровадження smart- технологій у туристичну сферу та життя мешканців. У результаті були отримані відповіді від 73 респондентів, з яких 90.9% - жінок і 9,1% - чоловіків (Рис. 2.1).

Анкетне опитування охоплювало всі вікові групи потенційних туристів (Рис.2.2). Респондентам було запропоновано:

- оцінити доступність інформації про туристичні об'єкти в Одеській області (у тому числі для іноземних туристів), рівень безпеки для туристів;
- оцінити стан транспортної інфраструктури та маршрутів пересування;
- визначити знайомі їм smart-технології та ті, якими вони вже користуються;
- висловити думку, стосовно доцільності впровадження новітніх технологій у життя міста.

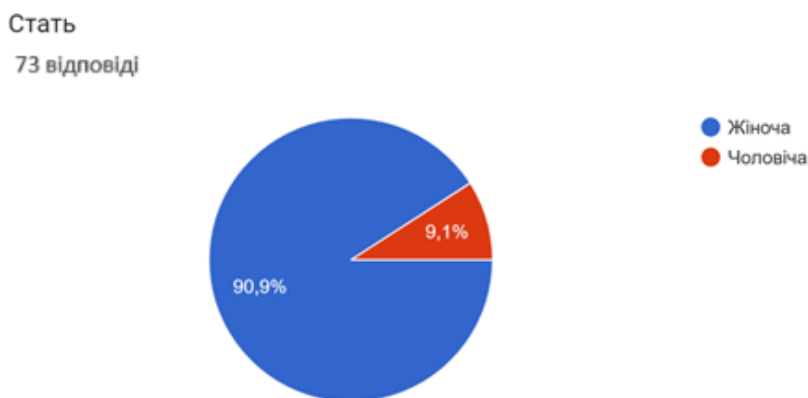


Рис. 2.1 Розподіл респондентів за статтю
Джерело: власна розробка автора

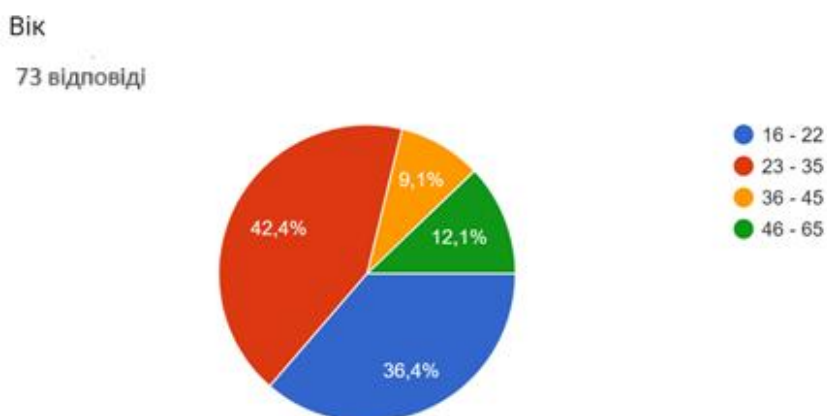


Рис. 2.2 Розподіл респондентів за віком
Джерело: власна розробка автора

1. Розподіл респондентів за періодичністю подорожей в Одеській області (Рис. 2.3) свідчить про те, що більшість опитуваних обмежують свої подорожі лише необхідністю або специфічними потребами. Мешканці нашої області не використовують весь потенціал від «подорожей одного дня» - можливість відправитись у мандрівку у свій вихідний день не виїжджаючи за межі регіону проживання. 42,4% опитуваних подорожують у межах Одеської області дуже рідко, 12,1% - раз а рік, 30,3% - кілька разів на рік. З отриманих даних можна прийти до висновку, що абсолютна більшість респондентів не

вважає Одеській регіон цікавим для своїх мандрівок. Цікаве спостереження, що особи, які подорожують Одеською областю досить часто (5-6 разів на рік – 6,1%, щомісяця – 9,1%) – це молодь (вікові діапазони 16-22 роки та 23-35 років). Тобто молоді люди вважають Одеську область досить цікавою для подорожей.

Як часто Ви подорожуєте в межах Одеської області?

73 відповіді

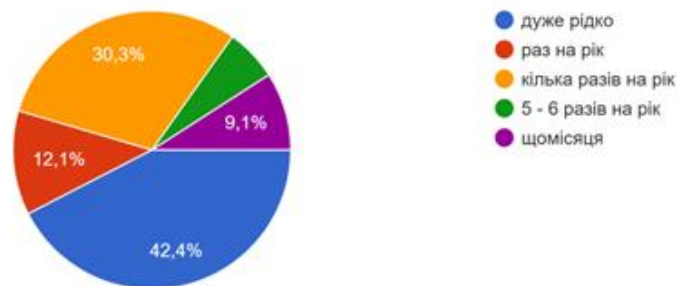


Рис. 2.3 Періодичність подорожей респондентів у межах Одеської області

Джерело: власна розробка автора

2. Серед опитуваних (Рис. 2.4) найбільшою популярністю користується навігаційний додаток GoogleMaps, який у тій чи іншій функціональності та періодичності використовують 100% респондентів. Додаток MAPS.ME, який можливо використовувати навіть без доступу до мережі інтернет, відомий невеликій кількості осіб – всього 9,1%.

Сервіс бронювання Booking.com теж досить популярний (34,3%), аналогічний за функціоналом Airbnb використовують лише 9,1% опитуваних.

Можливості застосування WI-FI Finder з пошуку відкритих мереж WI-FI використовує 3 % опитуваних.

Путівник World Explorer не використовує жоден з опитуваних. Однак, сервіс TripAdvisor відомий невеликій кількості людей, його функціонал використовує 9,1% опитаних представників Одеської області.

Відповіді на це питання дають можливість зробити висновок, що в української ІТ сфери є нерозкритий потенціал на ринку додатків для подорожей. Українські туристи потребують якісний, інформативний, функціональний додаток, який буде функціонувати як путівник, навігатор (офлайн), надасть можливість бронювання готелів та ресторанів, квитків на всі види транспорту, тощо. Нажаль, на сьогоднішній день, всі ці функції виконують додатки, розроблені іноземними ІТ компаніями, і жоден з цих додатків на має повного функціоналу. Об'єднання всіх функцій у одному застосунку значно спростило б подорожі для туристів, що мало б значний вплив на туристичну галузь України.

Чи користуєтесь Ви мобільними додатками для навігації та планування маршрутів під час подорожей? Які саме додатки Ви використовуєте?

73 відповіді

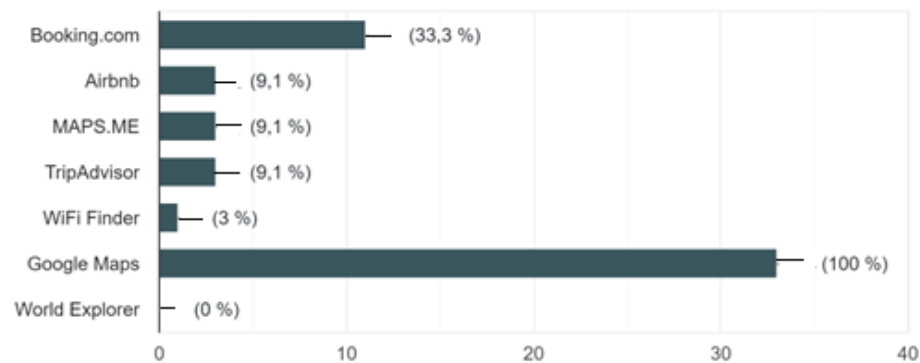


Рис. 2.4 Використання мобільних додатків для планування подорожей

Джерело: власна розробка автора

3. На діаграмі (Рис. 2.5) представлені результати відповідей на питання стосовно доступності інформації про історичні та культурні об'єкти в Одеській області. Більшість респондентів (54,5%) вважають, що інформації достатньо, однак інформаційне забезпечення знаходиться на посередньому рівні. Це може свідчити про те, що існуючі ресурси мають певні обмеження, та користувачі відчують потребу у поліпшенні рівня сервісу.

12,1% респондентів відзначають, що представленої інформації недостатньою, а пошук може зайняти багато часу, що свідчить про недостатню обізнаність користувачів стосовно інформаційних ресурсів. Це може бути пов'язано з недостатньою рекламою туристичних порталів, або неефективністю викладеної на них інформації.

Однак, 34,3% опитуваних зазначають, що для їх потреб надається вся необхідна інформація. Це свідчить про ефективність ресурсів та сервісів, що вже існують, та допомагають подорожуючим отримувати вичерпну інформацію.

Якщо дивитись на відповіді у розрізі періодичності подорожей, респонденти, що обрали відповідь «надана вся необхідна інформація, її легко знайти та використовувати», подорожують «дуже рідко» або «кілька разів на рік». Тобто, інформації цілком достатньо для туристів, які мають низьку періодичність подорожей. Досвідченим туристам, які мають великий досвід подорожей, вже складніше отримати позитивні враження від подорожей в регіоні, використовуючи тільки інформацію, що лежить «на поверхні».

Подорожуючі Одеським регіоном бажають дізнаватись інформацію про об'єкти туристичної привабливості легко та зручно, однак витрачають на пошук цієї інформації багато часу. Це знижає конкурентоспроможність туристичної сфери, сприяє зменшенню бажаючих подорожувати регіоном та має поганий вплив на враження від подорожі.

Як Ви оцінюєте доступність інформації про історичні та культурні об'єкти в Одеській області?

73 відповіді



Рис. 2.5 Оцінка доступності інформації про історичні та культурні об'єкти

Джерело: власна розробка автора

4. Думка респондентів стосовно доступності інформації, що надається іноземним туристам розподілилась майже порівну: 51,5% опитуваних вважають, що якість інформаційного забезпечення недостатня. Однак, 48,5% вважають, що інформація зрозуміла для іноземців (Рис. 2.6).

Хоча результати опитування поділені майже порівну, таке коливання у громадській думці свідчить про потребу у вдосконаленні системи надання інформації та комунікаційній стратегії для полегшення перебування іноземних туристів. З іншого боку, кількість позитивних відповідей на питання може вказувати на те, що деякі ресурси для туристів з інших країн вже існують та успішно використовуються.

Як Ви вважаєте, чи доступне та зрозуміле надання інформації про об'єкти туристичної привабливості для іноземних туристів?

73 відповіді

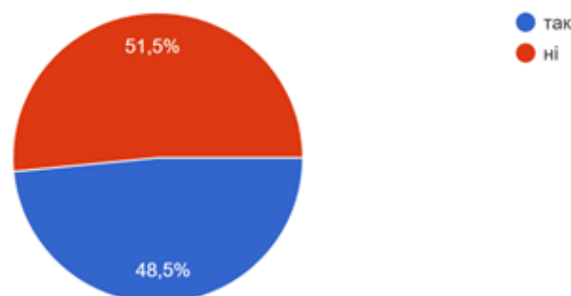


Рис. 2.6 Оцінка доступності надання інформації для іноземних туристів

Джерело: власна розробка автора

5. На підставі відповідей, стосовно зрозумілості та комфортності існуючих маршрутів пересування між об'єктами туристичної привабливості (Рис. 2.7) можна прийти до висновку, що існуючі маршрути достатньо комфортні. Так вважає більшість респондентів (51,5%). Однак, проблема із забезпеченням чіткої та доступної інформації щодо маршрутів все ж існує –

трохи менше половини опитаних (48,5%) вважає, що маршрути недостатньо зрозумілі та не відповідають їхнім очікуванням.

Зрозумілі та доступні маршрути пересування між туристичними об'єктами є важливим аспектом формування позитивного туристичного досвіду. Зручність пересування може суттєво вплинути на враження від подорожі, тому вдосконалення інформаційного забезпечення є одним з пріоритетних завдань розвитку туристичної сфери Одеської області.

Чи достатньо зрозумілі та комфортні існуючі маршрути пересування між об'єктами туристичної привабливості?

73 відповіді

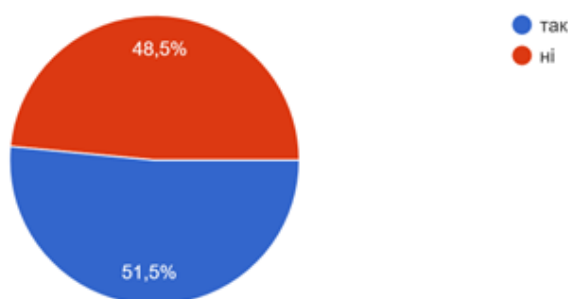


Рис. 2.7 Оцінка зрозумілості та комфортності маршрутів пересування між туристичними об'єктами

Джерело: власна розробка автора

6. Результати опитування стосовно стану транспортної інфраструктури (Рис. 2.8) розподілені досить неоднорідно. Лише 3% опитаних вважають стан інфраструктури відмінним, тобто тільки невелика кількість людей повністю задоволені сучасним станом транспортного сполучення в Одеській області.

Найбільша частка респондентів оцінює стан інфраструктури, як «задовільний» (39,4%) та «добре» (27,3%). Це свідчить про те, що транспортне сполучення може бути вдосконалене, але загалом його сучасний стан має прийнятний рівень.

Досить велика частина опитаних (30,3%) незадоволені станом інфраструктури в Одеській області, що свідчить про існуючі проблеми у цій сфері та негативний особистий досвід використання транспортної мережі.

Загалом, результати опитування по цьому питанню можуть слугувати стимулом для подальших покращень та розвитку транспортної інфраструктури з метою задоволення потреб усіх без винятку користувачів та ефективного та комфортного пересування.

Оцініть сучасний стан транспортної інфраструктури в Одеській області.

73 відповіді

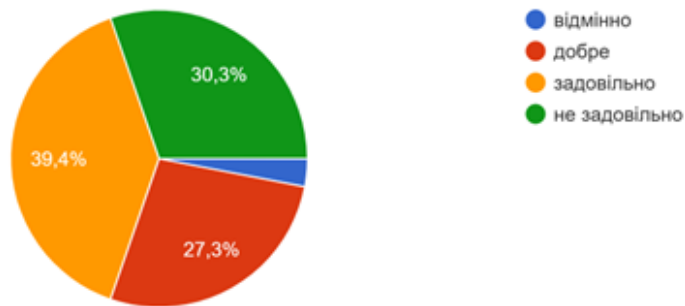


Рис. 2.8 Оцінка сучасного стану транспортної інфраструктури

Джерело: власна розробка автора

7. У питанні доцільності впровадження єдиного квитка на всі види громадського транспорту (Рис. 2.9) респонденти були майже однотайні – більшість опитаних (81,8%) вважають впровадження та використання єдиного квитка дуже зручним нововведенням. Це свідчить про високий рівень підтримки серед мешканців Одеської області, і таке інноваційне рішення було б позитивно прийнято громадянами.

Респондентів, які б негативно віднеслись б до такої форми оплати за користування громадським транспортом досить мало (6,1%). Трохи більше опитаних (12,1%) не можуть відповісти на це питання та поки не визначились с доцільністю використання єдиного квитка. Певні сумніви або різко негативне ставлення може бути викликано низькою інформованістю стосовно такої послуги та недовірою до кінцевого одержувача коштів з

придбання квитків. Прозорість у веденні діяльності та відкрита інформація для користувачів може змінити думку негативно налаштованих мешканців Одеського регіону, та тих, хто ще остаточно не вирішив для себе це питання.

Впровадження єдиного квитка сприятиме спрощенню системи оплати за послуги перевезення, покращенню доступу до різних видів транспорту та зростанню комфорту пасажирів, стане важливим кроком для подальшого розвитку транспортної системи та задоволенню потреб користувачів. Ще одним позитивним результатом може стати виведення з «тіні» багатьох компаній-перевізників, у яких оплата за послуги перевезення у теперішній час існує без надання чеків пасажирам та будь якої звітності. Використання єдиного квитка буде сприяти наповненню бюджету області та, як наслідок, буде використовуватись для технічного обслуговування транспорту та підтримки його у справному стані.

Чи вважаєте Ви доцільним впровадження та використання єдиного квитка на всі види громадського транспорту?

73 відповіді

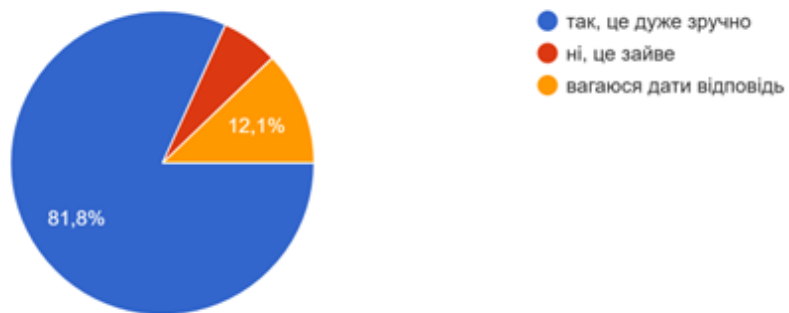


Рис. 2.9 Доцільність впровадження єдиного квитка на всі види громадського транспорту

Джерело: власна розробка автора

8. На підставі відповідей щодо оцінки рівня безпеки для туристів в Одеській області (Рис. 2.10) можна зробити висновки, що більшість опитаних

вважають рівень безпеки «задовільним» (45,5%) та «добре» (27,3%), що свідчить про певні сумніви у питанні забезпечення безпечного середовища.

Тільки 6,1% опитаних вважає рівень безпеки відмінним, тоді як 21,2% вважають його незадовільним.

Отримані результати свідчать про необхідність вдосконалення безпекових заходів та підвищенні рівня захисту туристів. Зокрема, важливо зосередитись на запобіганні злочинності та вживанні заходів швидкого реагування на критичні ситуації.

Як Ви оцінюєте рівень безпеки для туристів в Одеській області?

73 відповіді

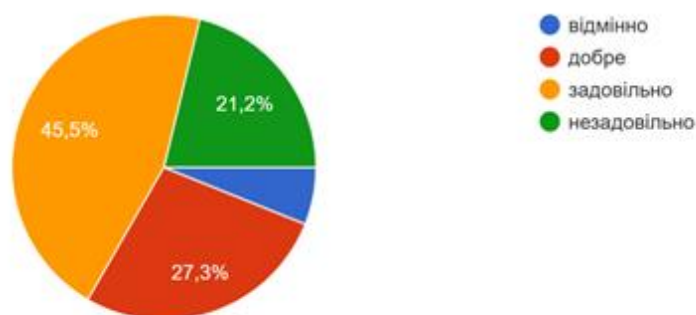


Рис. 2.10 Оцінка рівня безпеки для туристів в Одеській області

Джерело: власна розробка автора

9. За результатами опитування (Рис. 2.11), 45,5% респондентів відзначають, що знайомі з технологіями інтерактивного контенту, тоді як 54,5% не мають такого досвіду.

Інтерактивні технології, такі як віртуальні екскурсії, віртуальна та доповнена реальність, ще не є загальним явищем, тому більшість опитаних можуть бути не ознайомлені з можливостями, які ці технології пропонують.

Результати вказують на можливості для розповсюдження та популяризацію технологій інтерактивного контенту серед тих, хто ще не знайомий з цими новітніми технологіями. Низька освіченість людей у технологіях інноваційного контенту має поганий вплив на розвиток

«розумного» туризму, оскільки люди сприймають з обережністю всі нововведення, особливо ті, у яких не мають досвіду. Отже, важливою є ініціатива для поширення інформації та надання можливостей для знайомства з технологіями інтерактивного контенту серед широкого кола користувачів.

Чи знайомі Ви з технологіями інтерактивного контенту? (віртуальні тури, екскурсії з використанням віртуальної (VR) та доповненої (AR) реальності)

73 відповіді

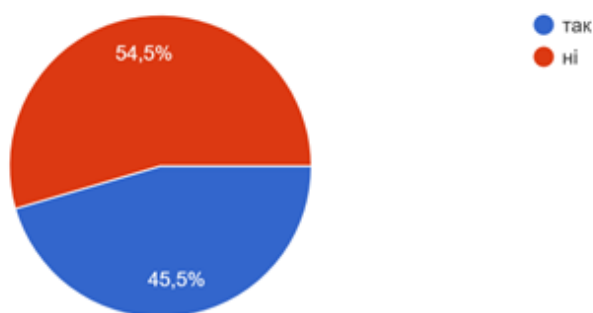


Рис. 2.11 Рівень обізнаності опитуваних у технологіях інтерактивного контенту

Джерело: власна розробка автора

10. На основі відповідей (Рис. 2.12) можна зробити висновок, що більшість опитаних (60,6%) не знайомі з такими поняттями, як smart-технології та smart-туризм, що свідчить про обмежене чи відсутнє розуміння сучасних технологічних тенденцій у сфері туризму. Концепція «розумних» технологій недостатньо розповсюджена у нашій країні та незнайома значній частині населення.

І хоча ці терміни ще не є достатньо вживаними у повсякденному житті українців, 39,4% все таки знайомі з цим поняттям.

Результати демонструють потребу у інформаційних компаніях та освітніх заходах, для поширення знань про smart-технологій та smart-туризм серед більш широкого загалу. Це може сприяти впровадженню та використанню новітніх технологій у туристичній сфері.

Чи знайомі Ви з поняттями smart-технології та smart-туризм?

73 відповіді

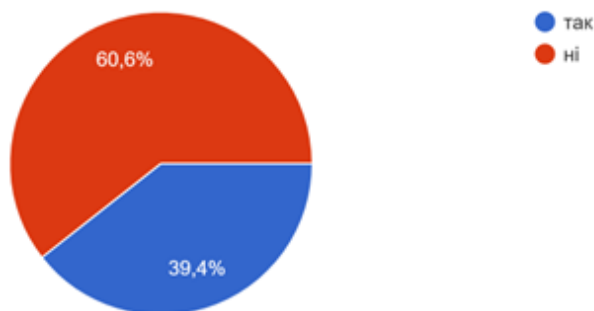


Рис. 2.12 Рівень обізнаності опитуваних з поняттям smart-технології та smart-туризм

Джерело: власна розробка автора

11. За результатами опитування щодо визначення думки респондентів стосовно технологій, як б вони віднесли до категорії Smart було отримано такі результати:

- безперебійний та безкоштовний доступ до Wi-Fi на вулицях 57,6%
- штучний інтелект 54,5%
- носимі пристрої (смартфони, смарт-годинники, фітнес-браслети, розумні окуляри) 57,6%
- комп'ютери, камери спостереження, електронні карти, GPS-навігатори 60,6%
- Інтернет речей, система «Розумний будинок», клімат-системи, роботи - пилесоси, кавоварки 45,5%
- віртуальна (VR) та доповнена (AR) реальність 51,5%
- системи безпеки та екологічності (камери відео спостереження з системою розпізнавання облич, управління світлофорами та дорожнім трафіком, паркінгом, моніторинг чистоти повітря та води) 63,6%
- інструменти електронного урядування та демократії 12,1%

На основі отриманих результатів можна прийти до висновку, що пропонуючи респондентам вибір «розумних» технологій (на їх думку), вони без вагань обирають передові технології, які вважають особливо важливими. Технології, які спрямовані на підвищення безпеки та екологічної ефективності отримали найбільше голосів серед опитаних (63,6%). На другому місці серед технологій, які б віднесли до категорії «Smart» — широко відомі комп'ютери, камери спостереження, електронні карти та GPS-навігатори (60,6%).

У той же час можна відмітити досить слабку підтримку, як «розумної» технології, інструментів електронного урядування та демократії — всього 12,1%, що може свідчити про меншій рівень довіри та інтересу до цих технологій.

12. За результатами опитування (Рис. 2.13), найвищу оцінку серед респондентів за критерієм «місто з розвиненими Smart-технологіями», очікувано, отримало місто Токіо (Японія) – 57,6%. Це свідчить про визнання високого рівня технологічного розвитку та інновацій у японській столиці. Інші міста також отримали визнання, як технологічно розвинені - Дубай (39,4%), Сінгапур (33,3%). Всі з зазначених в опитуванні міст вважають «розумними» 39,4% респондентів.

Однак, Барселона отримала найнижчий результат - всього 6,1%, хоча серед всіх представлених для опитування міст вона є чи не найбільш розвиненим містом зі smart- технологіями, що відзначають численні світові рейтинги. Можна зробити висновок, що українці не надто обізнані у світових технічних інноваціях і обирають з переліку міста, які завжди вважалися найбільш розвиненими.

На Вашу думку, які з цих міст в інших країнах можна назвати «містом з розвиненими Smart-технологіями»?

73 відповіді

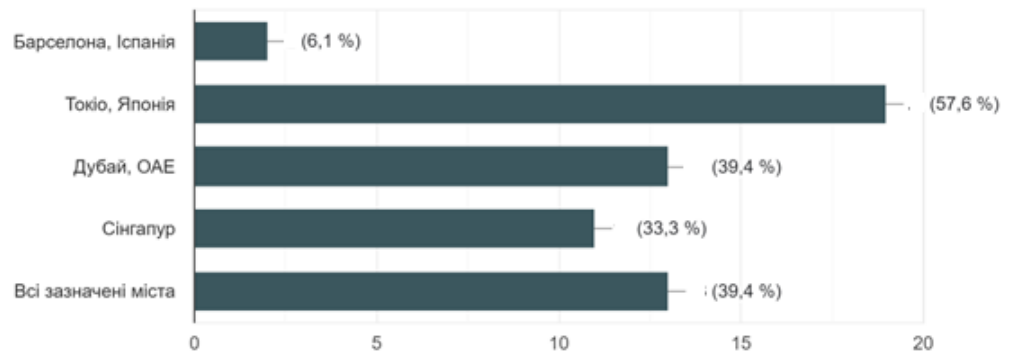


Рис. 2.13 Визначення розвинених smart-міст в інших країнах на думку опитуваних

Джерело: власна розробка автора

13. На підставі відповідей в опитуванні щодо українських smart-міст (Рис. 2.14), можна прийти до висновку, що лідером серед респондентів є столиця нашої країни – місто Київ. 93,9% опитаних вважають його розвиненим «розумним» містом. Також, на думку респондентів, високі оцінки за критерієм розвитку інноваційних технологій заслуговують Львів (54,5%), Одеса (48,5%) та Харків (21,2%).

Інші українські міста з переліку запропонованих не отримали відгуку у опитуванні. За результатами опитування Вінниця отримала визнання, як місто з розвиненими smart-технологіями у 6,1% респондентів, Івано-Франківськ – 9,1%, Полтава – 6,1%, а Тернопіль взагалі 0%.

Насправді, розвиток smart-технологій у зазначених міст знаходиться приблизно на одному рівні. Звісно, кількість інноваційних впроваджень у столиці нашої країни дещо більша, однак інші міста теж активно працюють над впровадженням новітніх технологій у різні аспекти міського життя.

Отже, за результатами опитування можна зробити висновок, що більшість українців недостатньо обізнані у вітчизняних інноваційних процесах. Причиною цьому може бути несистематичні впровадження

інновацій та недостатня інформативна підтримка, недосконала рекламна стратегія просування проєктів з використанням smart-технологій.

Результати опитування також підкреслюють потребу у розвитку та підтримці технологічних ініціатив та проєктів, які можуть сприяти розвитку та впровадженню новаторських рішень у різних регіонах України.

Які з українських міст Ви б віднесли до категорії «Smart-місто»?

73 відповіді

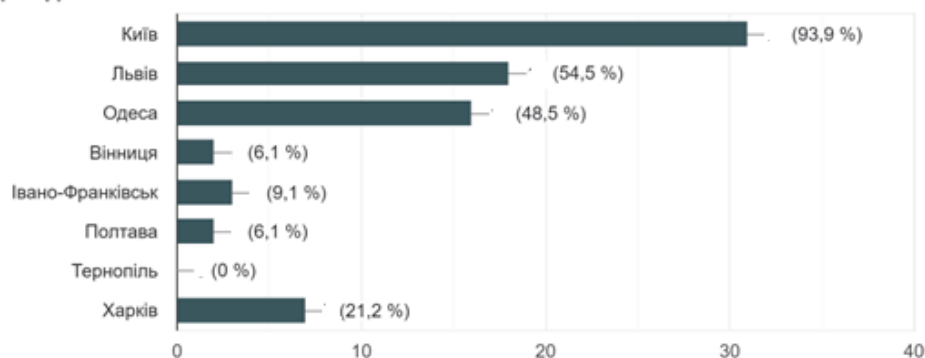


Рис. 2.14 Визначення розвинених smart-міст в Україні на думку опитуваних

Джерело: власна розробка автора

14. За результатами опитування 97% респондентів вважають, що використання smart-технологій значно поліпшить їх досвід від подорожей, зробить їх більш комфортними та інформативними (Рис. 2.15).

Високий рівень позитивних відповідей свідчить про загальний інтерес до використання сучасних технологій для поліпшення якості та комфорту подорожей. Smart-технології можуть сприяти наданню більш деталізованої інформації, оптимізації маршрутів, покращенню безпеки та забезпеченню інших зручностей для туристів.

З урахуванням високої підтримки використання smart-технологій у туристичній сфері, можна визначити потенційні можливості для розвитку smart-туризму в Одеському регіоні та Україні в цілому. Розробка та

впровадження інноваційних рішень призведе до підвищення конкурентоспроможності та привабливості туристичних напрямів.

Чи вважаєте Ви, що використання smart-технологій у туристичній сфері значно поліпшить Ваш власний досвід від подорожей та зробить їх більш комфортними та інформативними?

73 відповіді

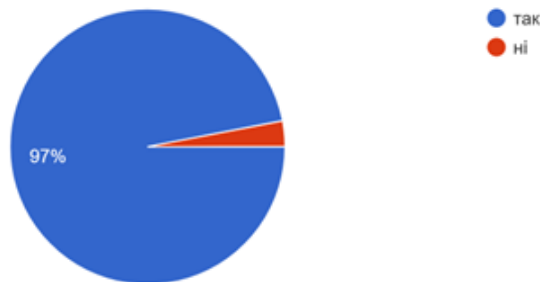


Рис. 2.15 Оцінка поліпшення туристичного досвіду через використання smart-технологій

Джерело: власна розробка автора

15. На питання про важливість впровадження smart-технологій у туристичну діяльність в Одеського регіоні (Рис. 2.16), відповіді були одноставні – 100% опитаних вважають впровадження інноваційних рішень необхідним кроком.

Позитивна оцінка щодо використання smart-технологій в туризмі може створити сприятливі умови для розвитку «розумного» туризму в регіоні. Технологічні інновації покращать якість обслуговування туристів, забезпечать легкий доступ до інформації та поліпшать туристичний досвід.

З рахуванням високого рівня підтримки та досить низького рівня обізнаності щодо smart-технологій, важливо проводити роз'яснювальну роботу та забезпечити інформаційну підтримку стосовно впроваджених інновацій та нових можливостей, що вони надають туристам.

Чи вважаєте Ви важливим впровадження smart-технологій у туристичну діяльність у Одеському регіоні?

73 відповіді

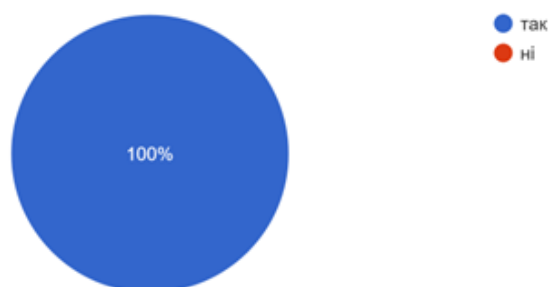


Рис. 2.16 Оцінка важливості впровадження smart-технологій у туристичну діяльність Одеської області

Джерело: власна розробка автора

Впровадження smart-технологій у туристичну діяльність в Одеському регіоні можна визнати важливим та необхідним кроком для поліпшення туристичного обслуговування та забезпечення позитивного досвіду для подорожуючих.

Висновки до 2 розділу

Одеський регіон має значний природно-рекреаційний потенціал та велику кількість санаторно-курортних та оздоровчих закладів, різноманітні природно-заповідні об'єкти, засоби розміщення та ресторани. У сукупності, це створює сприятливі умови для розвитку курортного, оздоровчого, екологічного, гастрономічного та інших видів туризму.

У той же час, у області недостатньо готелів, які відповідають міжнародним стандартам (3, 4, 5 зірок), та існує загальна проблема з недостатнім розвитком туристичної інфраструктури. Подальший розвиток туристичної галузі в регіоні також гальмує недостатнє фінансування та

недосконалість законодавства, стан об'єктів туристичної привабливості та недостатня кількість кваліфікованих працівників туристичної сфери.

Одеська області визначає туризм, як стратегічний напрям розвитку, який може сприяти соціально – економічному підвищенню та покращенню якості життя населення. Регіон має потенціал, щоб стати привабливим туристичним напрямом, але для реалізації поставленої мети потрібно вирішити існуючі проблеми.

На основі проведеного опитування можна зробити висновки, що Одеська область потребує наступні трансформації у туристичній сфері:

- підвищення привабливості туристичних об'єктів в Одеській області для місцевого населення через більш активні маркетингові стратегії та розвиток туристичної інфраструктури;
- потреба в розробці вітчизняних ІТ рішень у сфері туризму, такі як додатки для навігації, бронювання готелів та ресторанів, планування подорожей та інші. Зручним рішенням буде об'єднати всі ці функції у одному застосунку;
- поліпшення інформаційного забезпечення, більш якісно надавати туристам інформацію про об'єкти туристичної привабливості, проводити рекламні компанії з поширення туристичних порталів та надавати більш ефективну інформацію на них;
- вдосконалення системи надання інформації та комунікаційної стратегії для забезпечення комфортного перебування іноземних туристів;
- покращення туристичної інфраструктури та побудова якісних, комфортних та зрозумілих маршрутів між об'єктами туристичної привабливості;
- вдосконалення рівня безпеки та підвищення рівня захищеності туристів в Одеському регіоні;
- популяризація та розповсюдження новітніх технологічних рішень у туристичну діяльність у регіоні, таких як інтерактивні

екскурсії, тури з використанням доповненої та віртуальної реальності, штучний інтелект;

- проведення інформаційних кампаній та освітніх заходів для поширення знань про smart-технології та їх потенціал у туристичній сфері;
- впровадження «розумних» технологій у життєдіяльність області, особливо таких, що спрямовані на підвищення рівня безпеки та екологічну ефективність.

Висока підтримка респондентів у питанні використання smart-технологій та визнання їх позитивного впливу на туристичну сферу та життя громадян вказують на потенційні можливості для розвитку smart-туризму в Одеській області та Україні загалом.

Отримані результати опитування підкреслюють важливість розвитку та підтримки інноваційної діяльності у туристичній сфері, впровадження технологій для покращення якості обслуговування та забезпечення позитивного враження від туристичного відпочинку.

Впровадження smart-технологій у туристичну діяльність може сприяти покращенню обслуговування туристів, забезпечити легкий доступ до інформації та підвищити якість туристичного досвіду в Одеському регіоні.

РОЗДІЛ 3

Стратегія розвитку smart-туризму в Одеській області та місті Одеса

3.1 SWOT – аналіз впровадження smart-технологій у туристичну діяльність Одеського регіону.

Для формування стратегії впровадження smart-технологій у туристичну сферу Одеського регіону, проведемо SWOT- аналіз.

SWOT є аббревіатурою від сильні сторони (Strengths), слабкі сторони (Weaknesses), можливості (Opportunities) та загрози (Threats).

SWOT - аналіз - один із найпоширеніших аналітичних методів, який дозволяє в комплексі оцінити сильні й слабкі сторони компанії, а також можливості й загрози, що впливають на неї.[38]

Таблиця 3.1 SWOT – аналіз впровадження smart-технологій у туристичну діяльність Одеської області на основі отриманих відповідей у опитуванні

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Одеська область багата на культурний спадок, історичні пам'ятки та мальовничі природні місця.	1. Низький рівень технологічної готовності серед місцевого населення негативно впливає на прийняття нових технологій.
2. Існуюча туристична інфраструктура може полегшити впровадження smart-технологій, так як вже є база для інтеграції нових рішень.	2. Відсутність необхідних навичок та технологічна відсталість деяких секторів туризму.
3. Розташування на узбережжі Чорного моря надає можливість для розвитку морського та пляжного	3. Обмежений бюджет для впровадження smart-технологій та оновлення інфраструктури.
	4. Низька державна підтримка та обмежений бюджет на розробку та

<p>туризму.</p> <p>4. Велике культурне різноманіття та багатонаціональний склад населення, гостинний менталітет сприятимуть створенню позитивного іміджу та привертанню уваги іноземних туристів, що бажають поринути у місцевий колорит.</p> <p>5. Високий інтерес та рівень підтримки серед місцевого населення у сфері використання та розвитку smart-технологій, потенціал розвитку регіону, як інноваційного.</p>	<p>впровадження smart-рішень.</p> <p>5. Проблеми транспортної інфраструктури та низький рівень комфорту ускладнюють переміщення туристів між туристичними об'єктами.</p> <p>6. Нерівномірний рівень сервісу у різних частинах області погано впливає на рівень туристичного задоволення та імідж регіону в цілому.</p> <p>7. Низький рівень туристичної активності місцевого населення.</p> <p>8. Недостатнє інформаційне забезпечення для іноземних туристів, що впливає на привабливість регіону для міжнародних відвідувачів.</p> <p>9. Недосконалості у забезпеченні безпеки туристів.</p> <p>10. Недовіра до органів влади у громадян.</p>
<p>Можливості</p>	<p>Загрози</p>
<p>1. Багатий культурний спадок в Одеській області може бути використаний для розробки унікальних туристичних пропозицій, які будуть підтримувати локальне мистецтво та ремесла.</p>	<p>1. Економічна нестабільність може призвести до скорочення витрат на туристичну галузь та втрат інвестицій.</p> <p>2. Складна геополітична ситуація, військовий конфлікт на території</p>

<p>2. Впровадження екологічних та безпекових технологій може зменшити витрати енергії, зробити відпочинок більш зручним, безпечним та екологічним.</p> <p>3. Використання smart-технологій може полегшити управління туристичними об'єктами та підвищити рівень сервісу.</p> <p>4. Створення нових цифрових каналів для реклами та просування туристичних продуктів та маршрутів, подій.</p> <p>5. Розвиток smart-інфраструктури може сприяти створенню інтелектуальних систем безпеки, паркування, транспорту для підвищення комфорту та безпеки туристів.</p> <p>6. Партнерські відносини з місцевими підприємцями будуть взаємовигідними та стануть стимулом для економічного розвитку. Впровадження новітніх технологій із залученням малого та середнього бізнесу нададуть нові робочі місця, сприятимуть зниженню рівня безробіття серед місцевого населення та наповненню бюджету області.</p>	<p>України та загрози з боку країни агресора навіть після завершення бойових дій погано впливають на інвестиційну привабливість регіону та України загалом, та можуть відштовхувати деяких туристів від відвідування регіону.</p> <p>3. Висока конкуренція – інші країни, в високим рівнем розвитку «розумних» технологій можуть привертати більше уваги туристів.</p> <p>4. Загрози втрати або розголошення персональних даних – при обробці великих масивів особистої інформації туристів можуть виникнути загрози кібербезпеки, у разі недостатньо якісного захисту.</p> <p>5. Негативний вплив пандемій на розвиток туристичної сфери та безпеку туристів.</p>
---	--

<p>7. Розвиток екотуризму завдяки впровадженню smart-технологій у сфері екологічності.</p> <p>8. Залучення іноземних туристів заради високоякісних медичних послуг та реабілітації завдяки розвитку новітніх технологій у медичній сфері.</p> <p>9. Використання аналітичних інструментів для прогнозування туристичного попиту та оптимізації рекламних компаній.</p> <p>10. Можливості залучення молоді у туристичну сферу, як найбільш активної частини подорожуючих у Одеській області.</p>	
---	--

Джерело: власна розробка автора

Розробка стратегії, що поєднує розвиток smart-технологій, використання культурного спадку та активної взаємодії з місцевим населенням, допоможе створити стійкі конкурентні переваги та забезпечити стале зростання туристичного потенціалу Одеської області.

3.2 Цілі та завдання стратегії впровадження smart-технологій у туристичну галузь та життя громадян Одеської області та міста Одеса.

Впровадження smart-технологій – це не тимчасове явище, а стратегічний крок до майбутнього, який впливає на всі сфери життя. Нові рівні комфорту та ефективності, які з'явилися з розвитком технологій неможливі без інноваційних рішень.

У туристичній сфері smart-технологій відкривають широкі можливості, які надають туристам новий позитивний досвід від подорожей і забезпечують зручність у будь якій діяльності.

Впровадження smart-технологій у життя українських міст та, як наслідок, і у туристичну сферу – це невід’ємна частина стратегії розвитку сучасної, технологічно розвиненої, демократичної, правової держави. Це створює умови для інноваційної діяльності, покращує якість життя та забезпечую сталий розвиток країни.

Напрямки реалізації стратегії впровадження smart-технологій у туристичну сферу, які наведені у порядку значущості:

Стратегічна ціль 1. Інформаційна підтримка подорожуючих та жителів регіону – важливий крок для популяризації Одеського регіону, як туристичного напрямку. Реалізація стратегічної цілі має на меті полегшення перебування та отримання інформації про туристичні об’єкти як для гостей міста, так і для мешканців області.

Стратегічна ціль 2. Впровадження smart-технологій у транспортну інфраструктуру області – забезпечення зрозумілих та комфортних маршрутів пересування, зручних варіантів оплати.

Стратегічна ціль 3. Розробка туристичного додатку та порталу міста Одеса та Одеської області – передовий крок для туристичної галузі і IT-сфери, який виведе український туризм на новий рівень.

Стратегічна ціль 4. Підвищення рівня безпеки туристів – дуже важлива складова розвитку Одеського регіону, як туристичного. Гарантії безпечного перебування туристів приверне нових відвідувачів. Важливим є забезпечення безпеки і для місцевих жителів.

Стратегічна ціль 5. Забезпечення безбар’єрного середовища – одна з найголовніших складових стратегії розвитку, особливо в післявоєнний час. Воїни ЗСУ та громадяни, які постраждали від військових дій та отримали важкі поранення, не повинні відчувати себе зайвими, мають вести активне життя та мати всі можливості для подорожей.

Стратегічна ціль 6. Поліпшення екологічної ситуації у регіоні – реалізація цілі зменшить вплив людини на навколишнє середовище, що допоможе зберегти природні об'єкти та біорізноманіття, покращить якість життя мешканців області.

Стратегічна ціль 7. Залучення місцевих жителів до управління – питання, яке не стосується туристичної сфери напряму, але без розробки новітніх рішень у цій сфері неможливе просування України, як сучасної правової держави.

Стратегічна ціль 1. Інформаційна підтримка подорожуючих та жителів регіону.

Проблеми, які вирішує реалізація цілі:

- недостатній рівень інформаційного забезпечення про туристичні об'єкти, у тому числі для іноземних туристів;
- низький рівень обізнаності у новітніх туристичних технологіях (віртуальні екскурсії, використання доповненої та віртуальної реальності);
- недостатня привабливість Одеського регіону для місцевого населення, як регіону для подорожей;
- відсутність безкоштовного доступу до мережі інтернет у громадських місцях, поганий мобільний зв'язок під час відсутності електроенергії.

Завдання:

- використання QR-кодів на всіх визначних пам'ятках, які будуть надавати туристам інформацію про атракцію на всіх мовах (аудіо-гід або текстова інформація);
- розробка інтерактивних мультимовних туристичних карт, розміщення інформаційних стендів біля об'єктів туристичної привабливості та зупинках громадського транспорту;

- надання доступу до безкоштовної мережі WI-FI поряд з туристичними об'єктами та у громадському транспорті;
- використання джерел безперебійного живлення мобільними операторами та інтернет - провайдерами для забезпечення користувачів зв'язком та інтернетом навіть за відсутності електроенергії;
- впровадження та поширення віртуальних екскурсій об'єктами туристичної привабливості регіону, використання доповненої (AR) та віртуальної(VR) реальності для надання інформації про туристичні об'єкти;
- впровадження маркетингових заходів для популяризації туристичних об'єктів Одеської області, ефективна інформаційна підтримка туристів;
- проведення інформаційних кампаній та освітніх заходів для поширення знань про smart-технології та їх потенціал у туристичній сфері.

Очікувані результати:

- легкий доступ до актуальної інформації про визначні пам'ятки, культурні та природні об'єкти для туристів області;
- комфортна та зрозуміла орієнтація туристів у незнайомому для них місті;
- можливість скористатися гарним зв'язком навіть у надзвичайних ситуаціях;
- покращення туристичного досвіду для туристів, залучення нових відвідувачів завдяки гарним відгукам туристів, що вже подорожували областю;
- поширення знань про smart-технології серед туристів та місцевих жителів, покращення їх знань та вміння користуватися новітніми технологіями;

- збільшення туристичного потоку, що має позитивний вплив на розвиток туристичної індустрії та економіки області;
- підвищення іміджу Одеського регіону на ринку туристичних послуг, формування сучасного, технологічно розвиненого та привітного регіону для мешканців та відвідувачів.

Стратегічна ціль 2. Впровадження smart-технологій у транспортну інфраструктуру області.

Проблеми, які вирішує реалізація цілі:

- оптимізація роботи громадського транспорту з огляду на інтенсивність руху та події на дорозі, уникнення заторів;
- налагодження точності розкладу руху транспорту, надання інформації у реальному часі про рух транспорту, оптимізація маршрутів для забезпечення ефективності та комфортності пересування;
- зручність та багатофункціональність варіантів оплати проїзду громадського транспорту;

Завдання:

- встановлення IoT датчиків для управління світлофорами та дорожнім трафіком;
- розробка туристичного додатку, який буде надавати інформацію про зупинки громадського транспорту з функцією прокладення маршруту, інформацію про пересадки, можливість придбати квиток на будь-який вид громадського транспорту, придбати туристичний квиток на всі види транспорту;
- впровадження єдиного квитка на всі види транспорту, який можна використовувати за допомогою додатка або придбати на зупинках громадського транспорту;

- обладнання зупинок громадського транспорту електронним табло з інформацією українською та англійською мовою про маршрут певного виду транспорту та часом до прибуття;
- обладнання громадського транспорту NFC-терміналами з можливістю оплати проїзду за допомогою банківської карти або телефону; встановлення GPS-трекерів для можливості відстежити громадський транспорт через додаток;
- обладнання окремих велосипедних доріжок у центральній частині міста, встановлення велосипедних паркувань, надання можливості взяти велосипед на прокат та оплатити через додаток або QR-код.

Очікувані результати:

- покращення руху транспорту та більш ефективного використання дорожньої інфраструктури;
- зменшення кількості дорожньо-транспортних пригод;
- покращення сервісу, більш зручні та комфортні умови перевезення пасажирів;
- сприяння переходу до екологічно чистих видів транспорту, зменшення шкідливих викидів.

Стратегічна ціль 3. Розробка туристичного додатку та порталу міста Одеса та Одеської області.

Проблеми, які вирішує реалізація цілі:

- складність пошуку актуальної інформації про туристичні об'єкти, ресторани, готелі та інші послуги;
- труднощі з вибором оптимального маршруту, проблеми з навігацією;
- відсутність зворотного зв'язку від попередніх відвідувачів;

- відсутність адаптації інтернет - ресурсів до індивідуальних потреб.

Завдання:

- виконати аналіз цільової аудиторії та визначити особливості туристичного ринку регіону;
- визначити основні функції додатку (планування подорожей, навігація, інформація про туристичні об'єкти, засоби розміщення та харчування, бронювання, функція оплати громадського транспорту, кнопка виклику екстрених служб, тощо)
- розробка зручного та привабливого інтерфейсу, забезпечити зручність використання;
- забезпечити інтеграцію з третіми сторонами (системи бронювань, картографічні сервіси, туристичні платформи)
- забезпечити безпечність платежів та особисті дані користувачів;
- провести тестування додатку, виправити помилки, забезпечити стабільність та надійність;
- підготувати та впровадити стратегію просування, запустити рекламні компанії;
- забезпечити технічну підтримку користувачів, вчасно оновлювати програмне забезпечення та актуалізувати інформацію на порталі.

Очікувані результати:

- розвиток української ІТ сфери та створення іміджу технологічно розвиненої країни на світовому ринку туристичних та ІТ послуг;
- централізована якісна інформація про об'єкти туристичної привабливості, події, готелі, ресторани, маршрути пересування;

- можливість прокладання оптимальних маршрутів з використанням громадського транспорту, надання інформації про рух транспорту, інтервали руху, пересадки, тощо;
- можливість купівлі єдиного квитка на всі види транспорту, а також бронювання готелів та ресторанів, екскурсій;
- інтеграція з картографічними сервісами, GPS-навігація;
- Забезпечення зворотного зв'язку з туристами, можливість залишати коментарі, поширювати інформацію та відгуки, можливість обмінюватись інформацією та туристичним досвідом у своїх соціальних мережах (кросспостінг), складати рецензії та рейтинги;
- можливість користувачам отримувати рекомендації, враховуючи їх вподобання, персоналізація додатку;
- знайомство з українською культурою та місцевими традиціями для туристів з інших регіонів та іноземців.

Стратегічна ціль 4. Підвищення рівня безпеки туристів.

Проблеми, які вирішує реалізація цілі:

- високий рівень злочинності;
- незадовільний стан громадського транспорту, що може призвести до дорожніх подій;
- надмірне навантаження популярних туристичних місць та головних транспортних магістралей міста.

Завдання:

- встановлення відеокамер з функцією розпізнавання обличчя та підозрілої поведінки у громадських містах та біля об'єктів туристичної привабливості;
- інтеграція у туристичний додаток «кнопки тривоги» для швидкого виклику екстреної допомоги та визначення за геолокацією місцезнаходження людини;

- екстрені сповіщення (у додатку або через PUSH-повідомлення у смартфоні) для швидкого інформування про небезпечну ситуацію та надання порад щодо безпеки;
- оновлення рухомого складу громадського транспорту на більш сучасний та забезпечення його працездатний стан;
- встановлення достатньої кількості камер автоматичного фото- та відео-фіксації порушень ПДР;
- встановлення датчиків IoT (Інтернет речей) для контролю дорожнього трафіку та зменшення кількості аварійних ситуацій.

Очікувані результати:

- покращення безпекової ситуації у регіоні;
- зменшення кількості дорожньо-транспортних пригод;
- зменшення часу реагування на екстрену ситуацію;
- вирішення проблем з перевантаженням у популярних туристичних місцях.

Стратегічна ціль 5. Забезпечення безбар'єрного середовища.

Проблеми, які вирішує реалізація цілі:

- відсутність доступу для людей с особливими потребами до громадських будівель, транспорту або природних об'єктів;
- відсутність адаптивних технологій на інформаційних ресурсах для людей з вадами зору або слуху;

Завдання:

- встановлення зручних пандусів на будівлях, біля об'єктів туристичної привабливості, у місцях спуску на узбережжя;
- використання громадського транспорту з посадковими конструкціями;
- обладнання туристичних об'єктів табличками зі шрифтом Брайля, можливістю аудіо супроводження;

- розробка туристичних додатків та порталів з підтримкою можливостей для людей з вадами зору.

Очікувані результати:

- доступність культурних та природних об'єктів Одеської області для усіх подорожуючих;
- зменшення соціальних нерівностей, покращення умов життя та можливостей для розвитку всіх членів суспільства;
- розвиток та впровадження інформаційних технологій, що полегшують життя людей з обмеженими можливостям, забезпечують зручність використання для всіх користувачів.

Стратегічна ціль 6. Поліпшення екологічної ситуації у регіоні.

Проблеми, які вирішує реалізація цілі:

- недостатня кількість та незадовільний стан існуючих сміттєзвалищ, низька кількість утилізації відходів;
- поганий стан повітря та води, перевищення норм концентрації забруднюючих речовин;
- поганий стан очисних споруд та забруднення водою відходами життєдіяльності людини.

Завдання:

- встановлення датчиків IoT для моніторингу якості повітря та води на кількість забруднюючих речовин та швидкої реакції на порушення допустимих меж;
- використання новітніх розробок для автоматизації процесів очищення стічних вод, розробка проєктів для пошуку альтернативних місць для спорудження очисних станцій;
- використання IoT для відстеження обсягів відходів та оптимізації процесів переробки;
- впровадження систем сортування відходів;

- застосування smart-технологій для управління енергоспоживанням об'єктів міської інфраструктури, громадського транспорту, будівель та вуличного освітлення;
- поступовий перехід на використання громадського транспорту на електродвигунах;
- впровадження та використання відновлювальних джерел енергії.

Очікувані результати:

- зниження рівня шкідливих викидів у повітря, водойми та ґрунт;
- зменшення кількості відходів завдяки сортуванню та вторинній переробці;
- зниження рівня енергоспоживання та навантаження на енергосистему, завдяки використанню енергоефективних технологій та альтернативних джерел енергії;
- залучення громадськості до екологічних ініціатив завдяки використанню впровадженню сучасних проєктів.

Стратегічна ціль 7. Залучення місцевих жителів до управління.

Проблеми, які вирішує реалізація цілі:

- недостатня довіра населення до влади;
- відсутність можливості впливати на рішення стосовно розподілу бюджету та прийняття законів;
- недостатній контроль за діяльністю органів влади;
- низька громадська активність.

Завдання:

- реалізація систем «Відкритий бюджет», «Відкриті закупівлі», «Електронне урядування», «Відкриті данні», «Єдиний центр звернень», тощо.

- створення громадських рад та комітетів з представниками різних соціальних груп;
- проведення інформаційних заходів для інформування місцевих жителів щодо можливих варіантів участі у прийнятті рішень;
- забезпечення відкритого доступу до інформації про роботу владних органів та можливість висловити свою думку;
- встановлення партнерських відносин між владними органами та громадою;
- розробка та впровадження онлайн - платформ для обговорення та прийняття рішень методом голосування, забезпечення прозорості отримання результатів;
- надання юридичної та організаційної підтримки ініціативам громадян;
- аналіз відгуків та пропозицій громадян;

Очікувані результати:

- збільшення довіри населення до влади;
- прозорість та зрозумілість використання коштів громад;
- вплив громадян на прийняття рішень;
- посилення контролю за діяльністю владних органів;
- активізація громадської позиції.

Висновки до 3 розділу

Стратегія впровадження smart-технологій у туристичну галузь Одеської області спрямована на поєднання розвитку новітніх технологій, використання культурного, історичного, природного багатства та активної взаємодії з місцевим населенням та органами влади.

Впровадження стратегії є ключовим кроком для створення стійких конкурентних переваг туристичної галузі Одеського регіону та забезпечення сталого зростання туристичного потенціалу регіону.

Сильні сторони регіону, такі як багатий культурний та історичний спадок та гостинний менталітет, створюють унікальні можливості для впровадження інноваційних туристичних пропозицій. Існуюча туристична інфраструктура буде слугувати основою для успішної інтеграції smart-рішень. Однак, слабкі сторони, такі як низький рівень технологічної готовності та обмежений бюджет, потребують уваги та вирішення для ефективного реалізації стратегії.

Стратегічні цілі спрямовані на інформаційну підтримку подорожуючих, розвиток транспортної інфраструктури, розробку інноваційних IT-рішень, підвищення рівня безпеки та поліпшення екологічної ситуації, створення безбар'єрного середовища, визначають ключові напрямки дій для досягнення цілей стратегії.

Важливим елементом є також залучення місцевих жителів до управління та взаємодії з місцевою владою. Забезпечення інформаційної прозорості та партнерства з громадянами може стати основою для сталої інтеграції smart-технологій у повсякдення життя та туристичну діяльність.

Стратегія враховує сучасні тенденції та вимогу ринку, сприяє розвитку технологічної бази та впровадженню інновацій, створює комфортні умови для туристів та мешканців області. Реалізація стратегії розвитку smart-технологій в Одеській області може стати кроком у майбутнє, де інновації та технології грають визначну роль у підвищенні конкурентоспроможності та привабливості регіону, як туристичного напрямку.

Впровадження smart-технологій у туристичну сферу Одеської області та міста Одеса відкриває перспективи для покращення якості обслуговування та формування туристичного іміджу регіону на національному та міжнародному рівнях.

РОЗДІЛ 4

Розробка туру з використанням елементів smart-технологій

4.1 Основні показники та характеристика туру.

Після перемоги нашу країну очікують великі зміни. Увесь світ дізнався про Україну, як сильну та нескорену державу зі сміливими мешканцями. Багато туристів з інших країн будуть хотіти відвідати нашу країну та побачити її незрівняну красу. Саме тому дуже важливо дати можливість подорожувати нашою країною зручно, комфортно та цікаво. Запропонований тур розрахований на час, коли бойові дії на території нашої країни закінчаться та настане час відродження, і туристична галузь стане одним з елементів відновлення.

Згідно запропонованої у роботі стратегії впровадження smart-технологій у туристичну сферу Одеського регіону, планується розробка мобільного туристичного додатку. Він об'єднає функції планування подорожей, навігації, аудіо гіду, інформації про туристичні об'єкти, засоби розміщення та харчування, бронювання, функції оплати громадського транспорту, кнопки виклику екстрених служб, тощо. Цей додаток пропонується використовувати і під час подорожей у Одесі та Одеській області.

Вибір маршруту пересування між об'єктами туристичної привабливості здійснюється через мобільний додаток, який до початку подорожі турист має завантажити у свій смартфон. Додаток містить інтерактивні карти, на яких позначені історичні пам'ятки та інші цікаві локації з коротким описом.

У застосунку додана функція аудіо гіда, яка автоматично активується, коли турист наближається до конкретної локації.

Туристи обирають програму подорожей у додатку та сплачують її онлайн, у визначений час прибувають на початкову зупинку та за допомогою інформаційних повідомлень у додатку рухаються маршрутом.

Під час оглядових екскурсій програма прорахує оптимальний маршрут між обраними об'єктами, о допоможе подовжити вільний час перебування у конкретному місці.

1. Основні показники туру:

Назва туру – Майбутнє зустрічає Минуле: smart-подорож Одеським регіоном.

Сегмент споживачів - різновікова категорія, внутрішній та закордонний турист;

Вид маршруту – культуро-пізнавальний;

Види транспорту, що використовуються під час подорожі – автобус класу «люкс»;

Початок та кінець екскурсії – Автостанція «Старосінна»;

Вид маршруту: комбінований, піший та автобусний;

Проживання в готелях – Апартамент-готель WOL.121, м. Одеса, Фонтанська дорога, 121;

Харчування – самостійне приготування їжі у готелі, харчування у ресторані готелю або кафе у місті (за додаткову оплату);

Витрати не включені у вартість туру - харчування у кафе або ресторані, покупка сувенірів, інші особисті витрати.

Кількість туристів в групі – від 10 до 30 осіб.

2. Загальна характеристика туру:

1 день. Збір туристичної групи на кінцевій зупинці (Автостанція «Старосінна»). Посадка у автобус, переїзд по місту Одеса до центральної частини міста. Пішохідна екскурсія історичною частиною міста.

Організація пересування між об'єктами туристичної привабливості здійснюється через мобільний додаток, який до початку подорожі турист має завантажити у свій смартфон. Додаток містить інтерактивні карти, на яких позначені історичні пам'ятки та інші цікаві локації з коротким описом. У застосунку додана функція аудіо гіда, яка автоматично активується, коли турист наближається до конкретної локації.

Посадка до автобуса, переїзд до наступної локації.

Відвідання коворкінгу – лекторію 4City (вул. Канатна, 27/1). Проведення віртуальної екскурсії «Історія Одеси – від Гавані Істріан до Незалежної України». Перерва на обід у ресторані Frebule, що знаходиться у будівлі коворкінгу. Середній чек – 350 грн.

Посадка до автобуса, переїзд у готель, заселення. Вільний час для прогулянок містом. Ночівля.

2 день. Сніданок. Збір групи, посадка у автобус, переїзд до місця проведення екскурсії.

Відвідання виробництва Infomir 3D Printing (просп. Небесної Сотні, 4/Д), які спеціалізуються на 3D-друку. Перерва на каву під час екскурсії.

Повернення до готелю. Вільний час для прогулянок містом та обіду.

Збір групи біля готелю. Переїзд автобусом до Обсерваторії ОНУ ім. Мечникова (вул. Маразлієвська 1В). Відвідання програми перегляду повно купольного фільму, екскурсії галереєю астрономічної обсерваторії, спостереження зоряного неба.

Посадка у автобус, повернення до готелю, ночівля.

3 день. Сніданок. Збір групи, посадка у автобус, переїзд до місця проведення екскурсії.

Відвідання центру підтримки підприємців Дія.Бізнес (вул. Грецька, 1а). Прослуховування лекції «Чат-боти та no-code сервіси для бізнесу». Консультації зі спеціалістами стосовно початку своєї справи.

Вільний час для обіду.

Відвідання клубу віртуальної реальності MirVR (вул. Катерининська, 89). Участь у VR-квесті та смачна вечеря.

Посадка у автобус, повернення до готелю, ночівля.

4 день. Сніданок, збір групи. Посадка у автобус, переїзд до м. Білгород-Дністровський.

Проведення оглядової екскурсії по фортеці Аккерман з використанням мобільного додатку для орієнтації між об'єктами туристичної привабливості та прослуховування інформації з використанням аудіо гіда.

Участь у квесті-геопошуку. Пошук прихованих «скарбів» з сувенірами за допомогою GPS-відміток на інтерактивній карті.

Посадка до автобусу, повернення до готелю.

Прощальна вечірка у руфтоп-барі на даху готелю.

5 день. Сніданок, виселення з готелю. Посадка до автобусу, переїзд до кінцевої зупинки Автостанція «Старосінна». Прощання з групою, кінець туру.

3. Характеристика засобів розміщення.

Апарт-готель WOL.121 (Фонтанська дорога, 121). До послуг гостей коворкінг, загальний лаунж, тренажерний зал, руфтоп бар, безкоштовний WIFI на всій території готелю. У кожному номері встановлено кондиціонер та телевізор з плоским екраном, обладнана робоча зона.

Для безпеки гостей - відео спостереження ззовні та всередині готелю в місцях загального користування, вогнегасники, датчики диму, охоронна сигналізація. Вхід у апартаменти здійснюється за індивідуальною електронною картою. У кожних апартаментах є постільна білизна, зручні подушки та ковдра, сушарка, повний набір посуду та антипригарна сковорідка.

Кухня обладнана плитою, духовкою, електричним чайником, пральною машиною, мікрохвильовою піччю та холодильником. Концепція продумана до дрібниць – розташування розеток та світильників, налаштування світла та клімат контроль, все для зручності гостей. У готелі є можливість оплати цифровою валютою.

Готель стежить за збереженням навколишнього середовища, тому використовує систему сортування сміття, енергозберігаючі прибори та освітлення, системи економії води.

4.2 Опис об'єктів туристичної привабливості по маршруту пересування.

1. Оглядова екскурсія по центральній частині міста Одеса. Подорож у світ історії, вишуканої архітектури та неповторної атмосфери. Приморський бульвар, Потьомкінські сходи, Оперний театр, будинок з однієї стіною, вулиця Дерibasівська та багато інших цікавих об'єктів – не просто захоплива прогулянка, це подорож у часі, де Ви зможете насолодитися неповторною красою та відчути дух та енергію чарівного міста Одеса.

Завдяки використанню сучасних технологій, можливості проведення туристичних екскурсій значно підвищуються. Тепер туристам не потрібно постійно стежити за екскурсиводом та неухильно слідувати за ним. Завдяки аудіо-гиду турист може зупинитися на більший час біля цікавого для нього об'єкту, або навпаки, пропустити той, що його не цікавить.

2. Відвідання коворкінгу - лекторію 4City – майданчику для проведення заходів, лекцій, семінарів та дискусій. Коворкінг має зручне розташування та забезпечує комфорт для відвідувачів, тому що об'єднує під своїм дахом не тільки місце для проведення заходу, а ще ресторан та бар, де кожен може зробити перерву та випити каву або замовити смачний обід.

Під час відвідання лекторію туристам пропонується відвідати затишний ресторан Frebule, що знаходяться у одному приміщенні.

Віртуальна екскурсія «Від Гавані Істріан до Незалежної України». Екскурсія з використанням AR-окулярів та накладанням інтерактивних елементів на реальний світ, перегляд історичних об'єктів на тлі сучасних локацій. Екскурсія перетворить звичайну подорож на захоплюючий досвід, завдяки якому учасники поринуть у античну історію Південної Пальміри та будуть відкривати для себе історію Одеси до наших часів. [39, 40]

3. Відвідання виробництва Infomir 3D Printing. Екскурсія по цеху компанії, що спеціалізується на 3D друку. Туристи ознайомляться з можливостями, які дає 3D друк, дізнаються про технології та матеріали, що використовуються та галузі, у яких 3D друк активно впроваджується.

Під час екскурсії подорожуючі зможуть зробити перерву на каву за поставити питання інженерам виробництва. [41]

4. Екскурсія до обсерваторії ОНУ ім. Мечникова. Демонстрація цікавого та пізнавального повно купольного фільму – можливість поринути у таємниці космосу та відчувати себе серед зірок та планет. Програма дозволить учасникам не тільки долучитися до дослідження космосу, а і відчувати неймовірну атмосферу та енергію обсерваторії.

Співробітники обсерваторії проведуть для туристів екскурсію галереєю астрономічної обсерваторії та космічними експонатами. Завершиться відвідання екскурсією на старовинний телескоп КУК, через який туристи зможуть спостерігати зоряне небо, Сатурн та Юпітер.[42]

5. Відвідання Центру підтримки підприємців Дія.Бізнес. Центр створено для надання консультацій підприємцям, які тільки починають свою справу та досвідчених бізнесменів, які планують виходити на нові ринки, зростати та розвиватись.

Туристи прослухають лекцію на тему «Чат-боти та по-code сервіси для бізнесу», зможуть отримати консультацію стосовно започаткування своєї справи та отримати відповіді на витання у спеціалістів центру. [43]

6. Відвідання клубу віртуальної реальності MirVR. Новий сучасний формат квестів - для любителів загадок та головоломок. Мандрівники зможуть отримати безліч позитивних емоцій та стати справжньою командою, поринути на дно океану або потрапити у відкритий космос, подорожувати різними країнами та містами, відчувати себе супергероєм та багато іншого.

У перерві між змаганнями відвідувачі зможуть відпочити у лаунж-зоні та смачно повечеряти.[44]

7. Екскурсія у Білгород – Дністровську (Аккерманську) фортецю. Можливість дізнатися історію та легенди про збережений до сьогодні 700 – річний форт, вражаючий об'єкт оборонної архітектури на півдні України. Фортеця Аккерман є місцем, де історія оживає, і де можна відчувати дух минулого, велич та важливість цього об'єкта в історії України.

8. Проведення квесту – геопошуку – новий вид атракцій для любителів інтелектуального відпочинку, що швидко підкорив весь світ. У полюванні на «скарби» приймають участь люди з різних країн. При виконанні завдань можна не тільки цікаво провести час, але і насолодитись красою навколишньої природи, адже частіше за все таємне місце знаходиться у мальовничій місцевості або поблизу визначної пам'ятки.

Сутність квесту полягає у тому, що одні гравці ховають «скарб», а інші за допомогою інтерактивної карти та GPS-навігації його шукають. Подорожуючим під час відвідання туру пропонується зануритись у світ пригод та знайти за допомогою GPS-відміток на карті невеликі подарунки, які потім будуть нагадувати про веселу мандрівку. А мальовнича місцевість Аккерманської фортеці, де і буде проводитись квест, зробить згадки про подорож ще більш яскравими. [45]

9. У останній день подорожі, коли всі отримали позитивні враження і час повертатися до буденних справ, відвідувачі запрошуються на прощальну вечірку на даху готелю, який обладнаний баром та зручною терасою. У туристів буде час, щоб попрощатися зі своїми новими знайомими та поділитися враженнями від незабутньої подорожі, насолодитися смачними напоями та закусками і спостерігати захід сонця над Одесою, у яку завжди хочеться повернутись.

4.3 Розрахунок вартості туристичного продукту

Таблиця 4.1 Часові проміжки екскурсій у турі

Вид активності	Тривалість	Початок	Закінчення	Протяжність, км.
1 день				
Зустріч на автостанції «Старосінна»	1 год.	9.00	10.00	
Переїзд до центральної частини міста	30 хв.	10.15	10.45	2,9

Пішохідна екскурсія м. Одеса	2 год.	10.45	12.45	
Переїзд до коворкінгу 4City	30 хв.	12.45	13.15	2,8
Проведення віртуальної екскурсії «Історія Одеси – від Гавані Істріан до Незалежної України»	2 год.	13.15	15.15	
Обід у ресторані Frebule	1 год.	15.15	16.15	
Переїзд до готелю	30 хв.	15.15	17.45	7,6
Поселення в готель, вільний час, ночівля				
2 день				
Збір групи, виїзд по маршруту	30 хв.	9.00	9.30	
Переїзд до виробництва Infomir 3D Printing	30 хв.	9.30	10.00	5,4
Екскурсія по цеху Infomir 3D Printing	3 год.	10.00	13.00	
Повернення до готелю	30 хв.	13.00	13.30	5,4
Вільний час, обід	2 год.	13.30	15.30	
Збір групи, посадка у автобус	30 хв.	15.30	16.30	
Переїзд до обсерваторії ОНУ ім. Мечникова	30 хв.	16.30	17.00	9,0
Перегляд повно купольного фільму, екскурсія обсерваторією	2 год.	17.00	19.00	
Повернення до готелю	30 хв.	19.00	19.30	9,0
Вільний час, вечір, ночівля				
3 день				
Збір групи, виїзд по маршруту	30 хв.	9.00	9.30	
Переїзд до центру підтримки підприємців Дія. Бізнес	30 хв.	9.30	10.00	9,8
Проведення лекційної програми та консультацій	3 год.	10.00	13.00	
Вільний час, обід	1 год. 45 хв.	13.00	14.45	
Переїзд до клубу віртуальної реальності	15 хв.	14.45	15.00	2,0

MirVR				
Квест у клубі віртуальної реальності MirVR, вечеря	4 год.	15.00	19.00	
Повернення до готелю	30 хв.	19.00	19.30	7,0
Вільний час, ночівля				
4 день				
Збір групи, виїзд по маршруту	30 хв.	9.00	9.30	
Переїзд до Аккерманської фортеці, м. Білгород - Дністровський	2 год. 30 хв.	9.30	12.00	106,0
Оглядова екскурсія по Аккерманській фортеці	2 год.	12.00	14.00	
Квест-геопошук на території фортеці	3 год.	14.00	17.00	
Повернення до готелю	2 год. 30 хв.	17.00	19.30	106,0
Прощальна вечірка у ружтоп-барі на даху готелю, ночівля				
Збір групи, виселення з готелю	30 хв.	10.00	10.30	
Переїзд до кінцевої точки туру – АС «Старосінна»	30 хв.	10.30	11.00	8,8

Джерело: Власна розробка автора

Загальна довжина маршруту між об'єктами – 281,7 км.

Таблиця 4.2 Калькуляція вартості туру (на 1 особу), грн.

Послуги	Кількість	Вартість, грн.	Сума, грн.
Перевезення автобусом	281,7 км	200	$56340/20 = 1837$
Страхування	5 днів	75	375
Послуги керівника групи (супровід+проведення оглядових екскурсій)	5 днів	100	500
Проживання у апарт-готелі WOL. 121 (апартаменти на 2-3 особи), у розрахунку на 1 туриста	5 дні	750	3750

Оренда коворкінгу-лекторію 4City	4 год.	400	$1600 / 20 = 80$
Віртуальна екскурсія «Історія Одеси від Гавані Істріан до Незалежної України»	1	300	300
Екскурсія на виробництво Infomir 3D Printing	1	0	0
Відвідання обсерваторії, перегляд фільму, екскурсія	1	120	120
Відвідання центру підтримки підприємців Дія. Бізнес	1	0	0
Квест у клубі віртуальної реальності MirVR	4 год	8000	$8000 / 20 = 400$
Вхідні білети до Білгород – Дністровської (Аккерманської) фортеці	1	150	150
Організація квесту-геопошуку	1	200	200
Проведення прощальної вечірки на відкритій терасі готелю	1	500	500
Загальна собівартість туру на 1 особу			8212
Загальна собівартість туру для всієї групи			164240
Частка вартості туру керівника групи, яку потрібно додати до вартості туру для туристів			$8212 / 19 = 432$
Собівартість туру за виключенням керівника групи			8644
Повна вартість туру (зі 20% збором туристичної організації)			10373
Повна вартість туру для всієї групи			197087
Прибуток туристичної організації			$197087 - 164240 = 32847$

Джерело: Власна розробка автора

Із розрахунків можна зробити висновок, що загальна вартість туру для одного туриста, на 5 днів/4 ночі, з розміщенням у готелі складе 10373 грн., що є адекватною та конкурентною ціною.

Прибуток туристичної організації дорівнює 32847 грн.

Висновки до 4 розділу

Туризм – одна з ключових галузей, яка допомагає позитивно впливати на економіку країни. Враховуючи різноманіття та красу природних та історичних об'єктів, Одеська область привертає туристів як з України, так і з-за кордону. Саме завдяки цим факторам, туризм Одеської області може стати визначним елементом відновлення країни у повоєнний час.

Розвиток інноваційних технологій у туристичній сфері значно підвищує конкурентоспроможність регіону та формує високотехнологічне та комфортне середовище для подорожей. Створення інтерактивного додатку для використання під час подорожей допоможе туристам обирати об'єкти, які їх цікавлять, планувати маршрути, дізнаватися про цікаві факти про обрану місцевість, що робить подорож більш захоплюючою та освітньою.

Зробити подорож більш індивідуальною та врахувати інтереси різних груп туристів, задовольнити різноманітні смаки та вподобання – основна мета розробленої програми туру. Гнучкий підхід для формування туристичного продукту сприяє оптимізації використання ресурсів та покращенню організації турів. Також, програмні розрахунки зменшують вірогідність помилок через людський фактор під час формування турів, збільшують задоволеність туристів та поліпшують туристичний досвід.

У програмі туру враховані всі високі стандарти обслуговування та проживання туристів, відсутні нічні переїзди, що забезпечує більшу зручність та допомагає створювати позитивне враження від туру. Можливість вибору закладів харчування дозволяє туристам відчувати кулінарні особливості південного регіону, самостійно обравши заклад харчування. Це

дозволяє отримувати додатковий культурний досвід та сформувати враження про місцеву культуру.

Smart-технологій в турі сприяють посиленню взаємодії між туристами та оточуючим середовищем та відображають інноваційний підхід до організації подорожей. Впровадження сучасних технологій дозволяє створити унікальний та зручний підхід до організації подорожей. Елементи smart-туризму значно підвищують рівень інформованості туристів про місцевість: мобільні додатки, інтерактивні карти, навігація допомагають отримувати актуальну інформацію про архітектурні пам'ятки, місцеві події та рекомендації ресторанів та розваг.

Інноваційний підхід до формування туристичного продукту привертає увагу сучасних мандрівників, які цінують комфорт, ефективність та персоналізацію свого відпочинку. Розробка турів з використанням smart-технологій стимулює місцевий бізнес, залучає нових клієнтів до відвідання українських підприємств та розважальних закладів, що підтримує економіку країни.

Узагальнюючи, запропонований тур не лише сприяє розвитку туризму в Одеському регіоні та Україні загалом, але й створює унікальний та інтерактивний досвід для туристів, сприяючи становленню позитивного іміджу країни у іноземних туристів. Туристичний продукт має бути цікавим, насиченим та комфортним для туристів, дозволяючи їм відкрити для себе красу та культурні багатства Одеського регіону.

ВИСНОВКИ

1. Сучасний світ вимагає активного впровадження smart-технологій у туристичну сферу для підвищення якості послуг та ефективного управління галуззю. Поняття smart-технології та smart-туризм досліджуються багатьма українськими та іноземними науковцями, і дослідження підтверджують, що інновації у сфері туризму сприяють сталому розвитку туристичного сектору, забезпечують якість обслуговування та більшу задоволеність подорожуючих.

2. Smart-технології не лише роблять туристичну сферу більше конкурентною, але й впливають на майже всі аспекти життя містян через концепцію «розумного» міста. Відзначається, що впровадження інновацій у транспортну інфраструктуру, енергетичну сферу, управління відходами, екологічність та інші галузі полегшує життя громадян та підвищує ефективність міського середовища.

3. Проведене опитування серед жителів Одеського регіону підтверджує, що мешканці області проявляють великий інтерес до впровадження smart-технологій у повсякденне життя та туристичну діяльність, незважаючи на економічні та геополітичні виклики. Також була виявлена потреба у інформаційній підтримці та поширенні інформації серед місцевих жителів через недостатній рівень освіченості стосовно новітніх технологій та методів їх використання.

Проекти, спрямовані на створення інформативного та комфортного середовища для туристів, свідчать про готовність області до інноваційного розвитку. Інформаційна доступність, інтерактивність та інклюзивність є ключовими принципами впровадження smart-технологій у туризм Одеського регіону.

Висновки з проведеного опитування роблять акцент на перспективності smart-технологій для розвитку туризму, підкреслюють їхню роль у покращенні якості життя громадян, створенні демократичного суспільства та

позиціонуванні міста, як сучасного та конкурентоспроможного туристичного напрямку.

4. Одеський регіон має значний природно-рекреаційний потенціал, різноманітні санаторно-курортні заклади та природно-заповідні об'єкти, що створює сприятливі умови для розвитку різних видів туризму. Проте, існують проблеми, такі як недостатня кількість готелів з високим рівнем обслуговування, нестабільність фінансової підтримки, недосконалість законодавства, низька якість туристичної інфраструктури та недостатня кількість кваліфікованих працівників туристичної сфери.

У «Стратегії розвитку Одеської області на період 2020 -2027 років» туризм визначається стратегічним напрямом розвитку, що сприяє соціально-економічному підвищенню та покращенню якості життя населення.

5. Запропонована у роботі стратегія впровадження smart-технологій у туристичну галузь Одеської області – це ключовий крок для поєднання розвитку інноваційних технологій та використання культурного, історичного та природного спадку регіону. Врахування сильних сторін, таких як культурна спадщина та гостинний менталітет, надає унікальні можливості для впровадження новаторських рішень у туристичній сфері. Важливість активної взаємодії між місцевим населенням та владою, залучення громадян до управління визначається як ключовий елемент стратегії.

Стратегічні цілі, такі як розвиток транспортної інфраструктури, використання інноваційних ІТ-рішень, підвищення рівня безпеки та поліпшення екологічної ситуації, є основними напрямками для досягнення успіху.

В цілому, стратегія враховує потреби ринку, сучасні тенденції та місцеві особливості, сприяючи розвитку технологічної бази та створенню комфортного середовища для туристів та мешканців області. Її успішна реалізація може визначити новий етап у розвитку туризму в Одеському регіоні, підвищуючи його конкурентоспроможність та привабливість на національному та міжнародному рівнях.

6. Використання smart-технологій у програмі запропонованого туристичного продукту враховує інтереси різних груп туристів та сприяє оптимізації використання ресурсів, поліпшенню організації туру та підвищенню задоволеності туристів.

Використання smart-технологій в турі сприяє взаємодії між туристами та оточуючим середовищем, підвищує рівень інформованості про місцевість та надає сучасний та ефективний підхід до організації подорожей. Інноваційні підходи привертають увагу сучасних мандрівників та сприяють розвитку місцевого бізнесу, що позитивно впливає на економіку регіону.

Відповідно до мети роботи були виконані такі завдання:

- визначені поняття smart-city та smart-туризм та їх роль у розвитку туризму;
- проаналізовано досвід розвитку smart-технологій інших країн;
- досліджено сучасний стан розвитку smart-технологій в Україні;
- охарактеризовано популярні туристичні напрями та об'єкти в Одеській області;
- оцінено потенціал та перспектив розвитку smart-туризму у Одеській області;
- проведений SWOT – аналіз впровадження smart-технологій у туристичну діяльність Одеського регіону;
- виявлено цілі та завдання стратегії впровадження smart-технологій у туристичну галузь та життя громадян Одеської області та міста Одеса;
- охарактеризовано основні показники туру, який розробляється;
- надано опис об'єктів туристичної привабливості по маршруту пересування;
- розраховано вартість туристичного продукту.

Новизна досліджень полягає у комплексному підході до розгляду туризму в контексті Одеської області, враховуючи сучасні тенденції, акцентовані на використанні smart-технологій для підвищення якості та привабливості Одеського регіону на туристичному ринку України та світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Chan, C.S.; Peters, M.; Pikkemaat, B. Investigating visitors' perception of smart city dimensions for citybranding in Hong Kong. *Int. J. Tour. Cities* 2019, 5, 620–638.
2. Palumbo F. Developing a New Service for the Digital Traveler Satisfaction: the Smart Tourist App // *The International Journal of Digital Accounting Research*. 2015. Vol.5. pp.33-67.
3. Британський інститут стандартів. URL: <https://www.bsigroup.com/>
4. Поняття про простір смарт-міста як потрібний чинник формування смарт-туризму. URL: <https://blogggeogr.blogspot.com/2018/04/blog-post.html>
5. Hall, R. E., Bowerman, B., Braverman, J., Taylor, J., Todosow, H., & Von Wimmersperg, U. (2000). The vision of a smart city (No. BNL67902; 04042). Brookhaven National Lab., Upton, NY (US).
6. Harrison, C., Eckman, B., Hamilton, R., Hartswick, P., Kalagnanam, J., Paraszczak, J., & Williams, P. (2010). Foundations for Smarter Cities. *IBM Journal of Research and Development*, 54(4)
7. Caragliu, A., Del Bo, C., & Nijkamp, P. (2009). Smart Cities in Europe, Series Research Memoranda 0048. VU University Amsterdam, Faculty of Economics, Business Administration and Econometrics.
8. Chen, T. (2010). Smart grids, smart cities need better networks [Editor's Note]. *IEEE Network*, 24(2), 2-3.
9. Rudolf, G., Fertner, C., Kramar, H., Kalasek, R., Pichler-Milanovic, N., & Meijers, E. (2007). Smart cities-ranking of european medium-sized cities. Rapport technique, Vienna Centre of Regional Science.
10. A. Jasrotia, Dr. A.Gangotia. *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, Volume 1, Issue 1, 2018, Pages 47 – 56.
11. Intellias: Global Technology Partner. URL: <https://intellias.com/from-smart-cities-to-smart-tourism/>
12. Hello Lamp Post LTD. URL: <https://www.hlp.city/>

13. European Capital & Green Pioneer Of Smart Tourism. An Initiative To Reward Smart And Sustainable Tourism Practices In European Cities.

URL:<https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/>

14. Ящишина І. В. Реалізація концепції смарт-туризму: світовий досвід та вітчизняна практика / Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»:науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, вересень 2019. № 14(42). С. 54–59. URL:

https://revolution.allbest.ru/sport/01357218_0.html

15. Басюк Д. І., Срібна С. В., Примак Т. Ю. Досвід країн європейського союзу щодо розвитку смарт - дестинацій. Ефективна економіка. 2019. № 1. –

URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6823>

16. Міста майбутнього: чотири смарт-міста, в яких уже мешкають люди. URL:

<https://idomus.pro/goroda-budushhego-chetyre-smart-goroda-v-kotoryh-uzhe-zhivut-lyudi/>

17. VisitUkraine. Онлайн помічник для безпечних подорожей. URL:

<https://visitukraine.today/uk/blog/31/portal-visitukrainetoday-dlya-legkix-tabezpechnix-podorozei>

18. Слісаренко О.М. Проблеми та перспективи розвитку smart-туризму в Україні. Кваліфікаційна робота бакалавра. Київ, 2023

19. Smartcity: розумні технології сучасного міста. URL:

<https://hub.kyivstar.ua/news/smart-city-rozumni-tehnologiyi-suchasnogo-mista>

20. Вовк К.М. Інформаційна складова подієвого туризму. [Електронний Ресурс]URL:

http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/19404/1/1%281%29%20%d0%92%d0%be%d0%b2%d0%ba%20%d0%9a.%d0%9c.%20%d0%a2%d0%b5%d0%b7%d0%b8%20_%d0%bd%d1%84%d0%be%d1%80%d0%bc%d0%b0%d1%86_%d0%b9%d0%bd%d0%b0%20%d1%81%d0%ba%d0%bb%d0%b0%d0%b4%d0%be%d0%b2%d0%b0%20%d0%bf%d0%be%d0%b4_%d1%94%d0%b2%d0%be%d0%b3%d0%be%20%d1%82%d1%83%d1%80%d0%b8%d0%b7%d0%bc%d1%83.pdf

21. Розумні міста в Україні: навіщо їх створювати та чим може допомогти бізнес. URL:

<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/08/28/664460/>

22. У Києві вводять картку туриста Kyiv PASS. 2018. URL: https://lb.ua/society/2017/08/08/373430_kieve_vvodyat_kartochku_turista_kyiv.html

23. Туник О. М. Смарт-туризм: система взаємовідносин в дестинації. Міжнародний туристичний бізнес: зб. наук. ст. студ. денної і заочної форми навч. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2017. С. 329-335.

24. Офіційний портал Києва. URL: https://kyivcity.gov.ua/news/tsifroviy_turizm_u_kiyevi_prezentovali_noviy_turistichno-kulturniy_khab/

25. Київ Цифровий. Туристично-культурний хаб. URL: <https://guide.kyivcity.gov.ua/>

26. Львівська міська рада. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/government/245703-departament-rozvytku-rozpoviv-pro-diialnist-ta-pro-rozvytok-turyzmu-u-2017-rotsi>

27. Креативні індустрії, біоекономіка та медичний туризм – пріоритети смарт-спеціалізації Львівщини у Стратегії розвитку до 2027 року. URL: <https://lenta.lviv.ua/society/2019/10/09/208959.html>

28. SMART-туризм: уся інформація про Івано-Франківськ в одному мобільному додатку. URL: <http://pleddg.org.ua/ua/2020/smart-turizm-usya-informaciya-pro-ivano-fran/>

29. Стратегія розвитку міста Івано-Франківська на період до 2028 року. URL: <http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2018/09/Strategiya-IF.pdf>

30. Офіційний сайт Харківської міської ради, міського голови, виконавчого комітету. URL: <http://www.city.kharkov.ua>.

31. «Розумне місто»: цифрова трансформація Харкова.
<https://gromada.group/news/statti/2185-rozumne-misto-cifrova-transformaciya-harkova>
32. Харків хочуть перетворити на Smart місто. URL:
<https://stroyobzor.ua/ru/kharkov/news-city/kharkiv-khochut-peretvoriti-na-smart-city-video>
33. Від слів до концепцій. Що таке «SmartCity» в українських реаліях.
URL: <https://tyzhden.ua/vid-sliv-do-kontseptsij-shcho-take-smart-city-v-ukrainskykh-realiikh/>
34. Концепція інформаційної екосистеми PoltavaSmartCity URL:
<https://smartcity.pl.ua/wp-content/uploads/2019/11/Projekt-kontseptsii-Poltava-Smart-City.pdf>
35. Одеська область стане пілотною у впровадженні проєктів цифрового розвитку регіонів. Урядовий портал. URL:
<https://www.kmu.gov.ua/news/odeska-oblast-stane-pilotnoyu-u-vprovadzheni-proektiv-cifrovogo-rozvitku-regioniv>
36. Програми розвитку туризму в м. Одесі на 2016-2020 роки. Офіційний сайт міста Одеса. URL: <https://www.omr.gov.ua/>
37. Стратегія розвитку Одеської області на період 2020 – 2027 роки. Одеська Обласна Державна Адміністрація. URL:
<https://oda.od.gov.ua/statics/pages/files/5e4e655ff2e7e.pdf>
38. SWOT-аналіз із прикладами. Сервіс Email-маркетингу eSputnik.
URL:<https://esputnik.com/uk/blog/swot-analiz-iz-prikladami>
39. Коворкінг – лекторій 4City. URL:<http://4city.od.ua/lectorium>
40. Ресторан Frebule. URL:<http://4city.od.ua/city-cafe>
41. Послуги виробничого 3D друку.
URL:<https://3dprint.infomir.eu/ru/workshop-tour/>
42. Обсерваторія ОНУ ім. Мечникова
URL:https://www.instagram.com/planetarium_odessa/

43. Центр підтримки підприємців Дія.Бізнес. URL: <https://business.dia.gov.ua/odesa>

44. Віртуальний клуб MirVR. URL: <https://mirvr.com.ua/>

45. Проєкт Шукач. URL: <https://www.shukach.com/ru>

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного бізнесу та рекреації

Освітня програма «Міжнародний туризм»



Презентація до

кваліфікаційної роботи магістра

на тему «Стратегія розвитку smart-туризму в Одеській області та місті

Одеса»

Кількість аркушів 21

Здобувач: Наталя ОРЛОВА

Керівник: Маргарита ЛІГАНЕНКО

Одеса 2023



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Одеський національний технологічний університет
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації



Презентація до
кваліфікаційної роботи магістра
на тему «Стратегія розвитку smart-туризму в Одеській
області та місті Одеса»

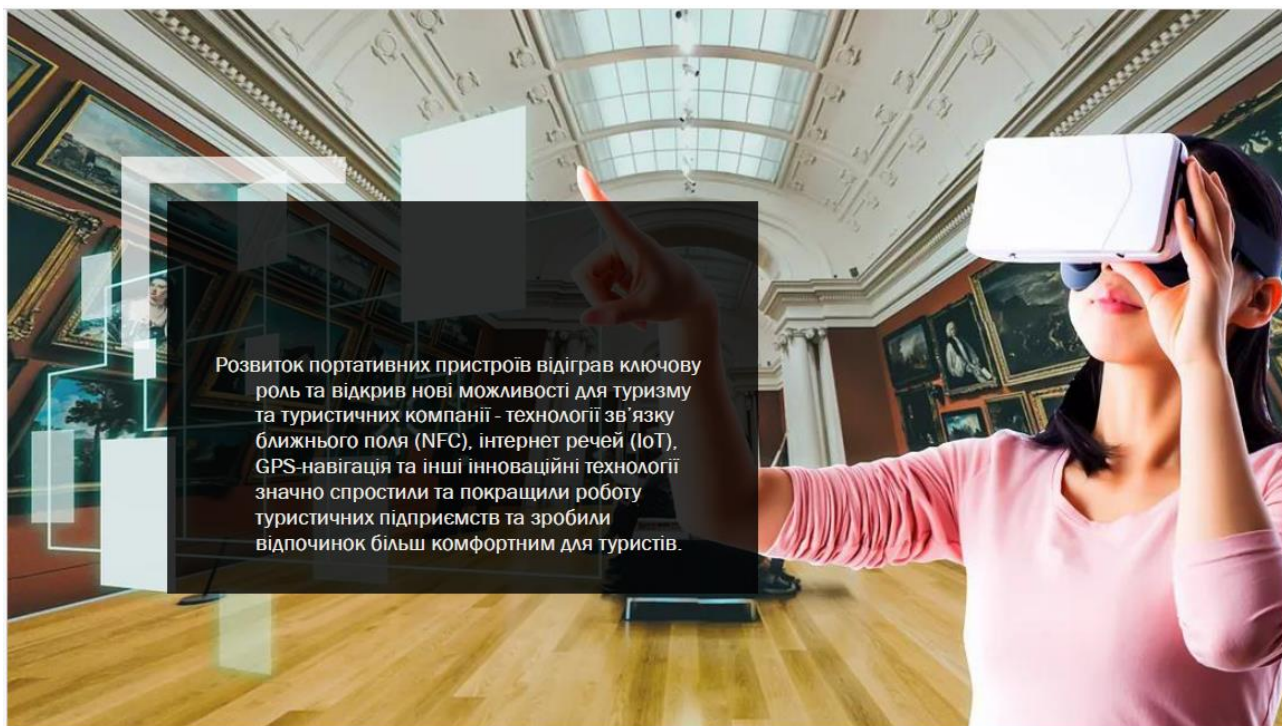
Здобувач: Наталя ОРЛОВА
Керівник: Маргарита ЛІГАНЕНКО

Одеса 2023

Метою виконання роботи є аналіз успішного досвіду впровадження smart-технологій у інших країнах, дослідження стану розвитку галузі в Україні, запропонувати Стратегію розвитку smart-туризму в Одеській області та місті Одеса.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступають: досвід використання smart-технологій у туристичній діяльності провідних країн світу; туристична галузь Одеського регіону з акцентом на використання smart-технологій для покращення туристичного досвіду та розвитку інфраструктури.

У сучасному світі інформаційні технології стали необхідною складовою для життя та діяльності людини та використовуються щоденно, тому відіграють велику роль у будь якій сфері, і туризм не стоїть осторонь. Туризм є одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки України. У нашій країні багато туристичних дестинацій, які можуть стати магнітом для туристів з інших країн.

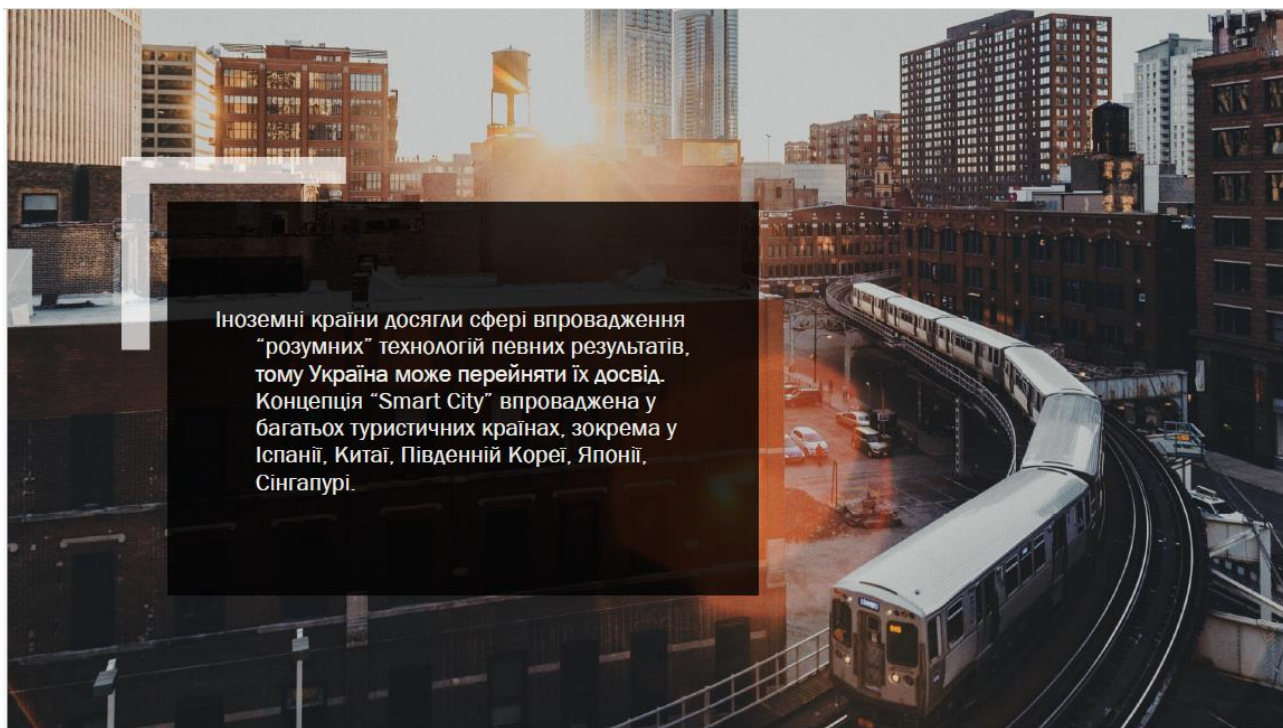


Smart-туризм – одна зі складових частин такого поняття, як «розумне місто».

Smart-city (розумне місто) – система управління міською інфраструктурою за допомогою інформаційних технологій. Головний акцент концепції зроблено на безпеці мешканців, можливості скористатися державними послугами за допомогою ІТ-технологій, екологічність та енергоефективність.

Розумне місто - це використання сучасних технологій для взаємодії між мешканцями міста та системою управління інфраструктурою. Технології «розумного міста» приходять на допомогу у організації роботи освітлення вулиць, громадського транспорту, переробки сміття, збиранні та обробленні інформації з веб-камер та автоматизують ці процеси.

Європейський Союз визначив концепцію «**smart-туризм**» як напрямок, що полегшує доступ до продуктів туризму та гостинності, послуг, просторів та досвіду за допомогою інструментів на основі інформаційно-комунікаційних технологій. Інвестування та розвиток цих ресурсів сприяє залученню відвідувачів до міста, що має позитивні наслідки для підприємств і фізичних осіб, які отримують вигоду від більш ефективної інфраструктури та надання послуг.



Іноземні країни досягли сфери впровадження "розумних" технологій певних результатів, тому Україна може перейняти їх досвід. Концепція "Smart City" впроваджена у багатьох туристичних країнах, зокрема у Іспанії, Китаї, Південній Кореї, Японії, Сінгапурі.

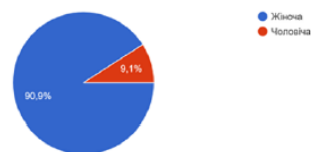


Україна почала впроваджувати концепцію smart-міст у 2015 році, відштовхуючись від досвіду інших країн. Елементи smart-city існують у Києві, Івано-Франківську, Львові, Мукачеві, Дрогобичі, Запоріжжі, Полтаві, Тернополі, Харкові та інших містах. Система «Безпечне місто» працювала у Маріуполі. У 2021 році Київ посів 82 місце у світовому рейтингу Smart City Index.

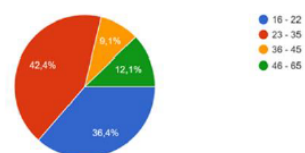
У більшості випадків, міста в Україні використовують тільки окремі інструменти концепції розумних міст, тобто на даний момент назвати будь яке місто «розумним» у повній мірі, на жаль, неможливо. Однак, наша країна рухається вірним шляхом і вже досягла певних успіхів у цифровізації та автоматизації.

У рамках написання кваліфікаційної роботи магістру було проведене анкетне опитування серед мешканців міста Одеса та Одеської області стосовно впровадження smart- технологій у туристичну сферу та життя мешканців. У результаті були отримані відповіді від 73 респондентів, з яких 90.9% - жінок і 9,1% - чоловіків. Анкетне опитування охоплювало всі вікові групи потенційних туристів

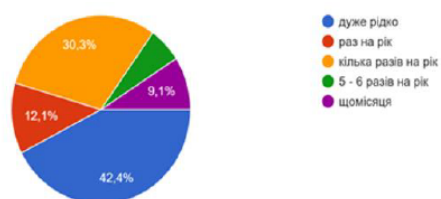
Стать
73 відповіді



Вік
73 відповіді



Як часто Ви подорожуєте в межах Одеської області?
73 відповіді



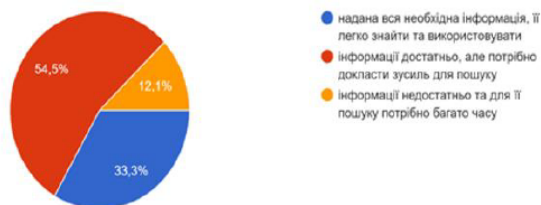
Розподіл респондентів за періодичністю подорожей в Одеській області свідчить про те, що більшість опитуваних обмежують свої подорожі лише необхідністю або специфічними потребами. Мешканці нашої області не використовують весь потенціал від «подорожей одного дня» - можливість відправитись у мандрівку у свій вихідний день не виїжджаючи за межі регіону проживання.

42,4% опитуваних подорожують у межах Одеської області дуже рідко, 12,1% - раз а рік, 30,3% - кілька разів на рік.

З отриманих даних можна прийти до висновку, що абсолютна більшість респондентів не вважає Одеській регіон цікавим для своїх мандрівок.

Як Ви оцінюєте доступність інформації про історичні та культурні об'єкти в Одеській області?

73 відповіді



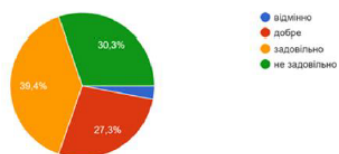
На діаграмі представлені результати відповідей на питання стосовно доступності інформації про історичні та культурні об'єкти в Одеській області. Більшість респондентів (54,5%) вважають, що інформації достатньо, однак інформаційне забезпечення знаходиться на посередньому рівні.

12,1% респондентів відзначають, що представленої інформації недостатньо, а пошук може зайняти багато часу, що свідчить про недостатню обізнаність користувачів стосовно інформаційних ресурсів.

Однак, 34,3% опитуваних зазначають, що для їх потреб надається вся необхідна інформація.

Оцініть сучасний стан транспортної інфраструктури в Одеській області.

73 відповіді



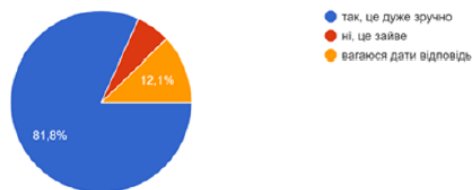
Результати опитування стосовно стану транспортної інфраструктури розподілені досить неоднорідно. Лише 3% опитаних вважають стан інфраструктури відмінним, тобто тільки невелика кількість людей повністю задоволені сучасним станом транспортного сполучення в Одеській області.

Найбільша частка респондентів оцінює стан інфраструктури, як «задовільний» (39,4%) та «добре» (27,3%).

Досить велика частина опитаних (30,3%) незадоволені станом інфраструктури в Одеській області, що свідчить про існуючі проблеми у цій сфері та негативний особистий досвід використання транспортної мережі.

Чи вважаєте Ви доцільним впровадження та використання єдиного квитка на всі види громадського транспорту?

73 відповіді

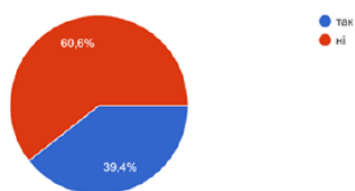


У питанні доцільності впровадження єдиного квитка на всі види громадського транспорту респонденти були майже однастайні – більшість опитаних (81,8%) вважають впровадження та використання єдиного квитка дуже зручним нововведенням.

Респондентів, які б негативно віднеслись б до такої форми оплати за користування громадським транспортом досить мало (6,1%). Трохи більше опитаних (12,1%) не можуть відповісти на це питання та поки не визначились с доцільністю використання єдиного квитка.

Чи знайомі Ви з поняттями smart-технології та smart-туризм?

73 відповіді



На основі відповідей можна зробити висновок, що більшість опитаних (60,6%) не знайомі з такими поняттями, як smart-технології та smart-туризм, що свідчить про обмежене чи відсутнє розуміння сучасних технологічних тенденцій у сфері туризму.

Концепція «розумних» технологій недостатньо розповсюджена у нашій країні та незнайома значній частині населення. І хоча ці терміни ще не є достатньо вживаними у повсякденному житті українців, 39,4% все таки знайомі з цим поняттям.

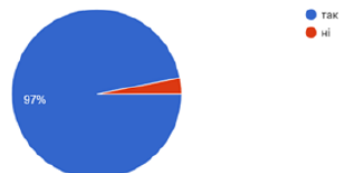
За результатами опитування 97% респондентів вважають, що використання smart-технологій значно поліпшить їх досвід від подорожей, зробить їх більш комфортними та інформативними.

Високий рівень позитивних відповідей свідчить про загальний інтерес до використання сучасних технологій для поліпшення якості та комфорту подорожей. Smart-технології можуть сприяти наданню більш деталізованої інформації, оптимізації маршрутів, покращенню безпеки та забезпеченню інших зручностей для туристів.

З урахуванням високої підтримки використання smart-технологій у туристичній сфері, можна визначити потенційні можливості для розвитку smart-туризму в Одеському регіоні та Україні в цілому.

Чи вважаєте Ви, що використання smart-технологій у туристичній сфері значно поліпшить Ваш власний досвід від подорожей та зробить їх більш комфортними та інформативними?

73 відповіді



На питання про важливість впровадження smart-технологій у туристичну діяльність в Одеському регіоні, відповіді були однакові – 100% опитаних вважають впровадження інноваційних рішень необхідним кроком.

Позитивна оцінка щодо використання smart-технологій в туризмі може створити сприятливі умови для розвитку «розумного» туризму в регіоні.

Технологічні інновації покращать якість обслуговування туристів, забезпечать легкий доступ до інформації та поліпшать туристичний досвід.

З урахуванням високого рівня підтримки та досить низького рівня обізнаності щодо smart-технологій, важливо проводити роз'яснювальну роботу та забезпечити інформаційну підтримку стосовно впроваджених інновацій та нових можливостей, що вони надають туристам.

Чи вважаєте Ви важливим впровадження smart-технологій у туристичну діяльність у Одеському регіоні?

73 відповіді





Напрямки реалізації стратегії впровадження smart-технологій у туристичну сферу, які наведені у порядку значущості:

Стратегічна ціль 1. Інформаційна підтримка подорожуючих та жителів регіону – важливий крок для популяризації Одеського регіону, як туристичного напрямку. Реалізація стратегічної цілі має на меті полегшення перебування та отримання інформації про туристичні об'єкти як для гостей міста, так і для мешканців області.

Стратегічна ціль 2. Впровадження smart-технологій у транспортну інфраструктуру області – забезпечення зрозумілих та комфортних маршрутів пересування, зручних варіантів оплати.

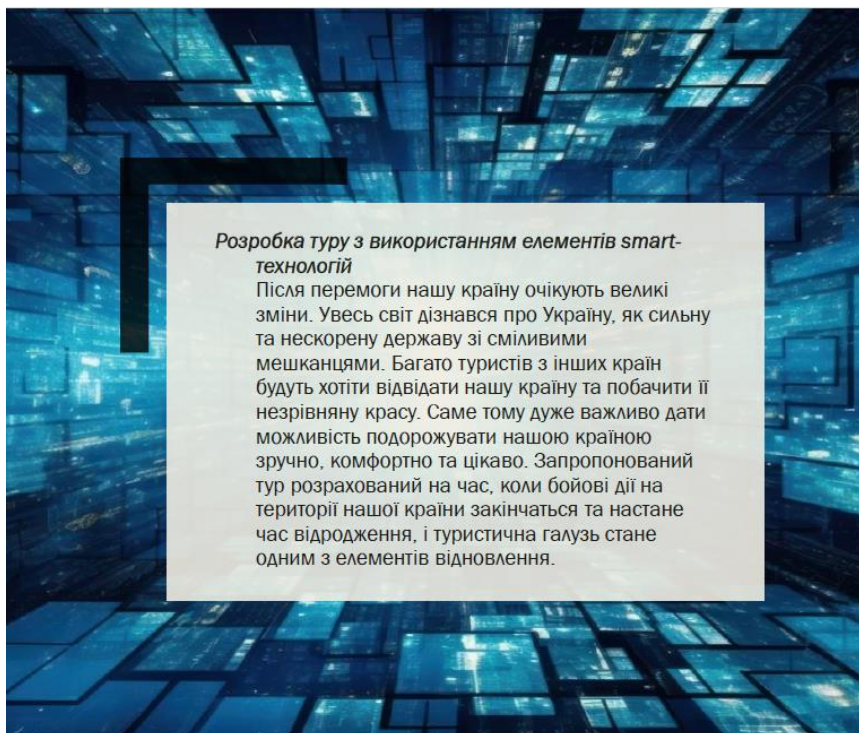
Стратегічна ціль 3. Розробка туристичного додатку та порталу міста Одеса та Одеської області – передовий крок для туристичної галузі і IT-сфери, який виведе український туризм на новий рівень.

Стратегічна ціль 4. Підвищення рівня безпеки туристів – дуже важлива складова розвитку Одеського регіону, як туристичного. Гарантії безпечного перебування туристів приверне нових відвідувачів. Важливим є забезпечення безпеки і для місцевих жителів.

Стратегічна ціль 5. Забезпечення безбар'єрного середовища – одна з найголовніших складових стратегії розвитку, особливо в післявоєнний час. Воїни ЗСУ та громадяни, які постраждали від військових дій та отримали важкі поранення, не повинні відчувати себе зайвими, мають вести активне життя та мати всі можливості для подорожей.

Стратегічна ціль 6. Поліпшення екологічної ситуації у регіоні – реалізація цілі зменшить вплив людини на навколишнє середовище, що допоможе зберегти природні об'єкти та біорізноманіття, покращить якість життя мешканців області.

Стратегічна ціль 7. Залучення місцевих жителів до управління – питання, яке не стосується туристичної сфери напряму, але без розробки новітніх рішень у цій сфері неможливе просування України, як сучасної правової держави.



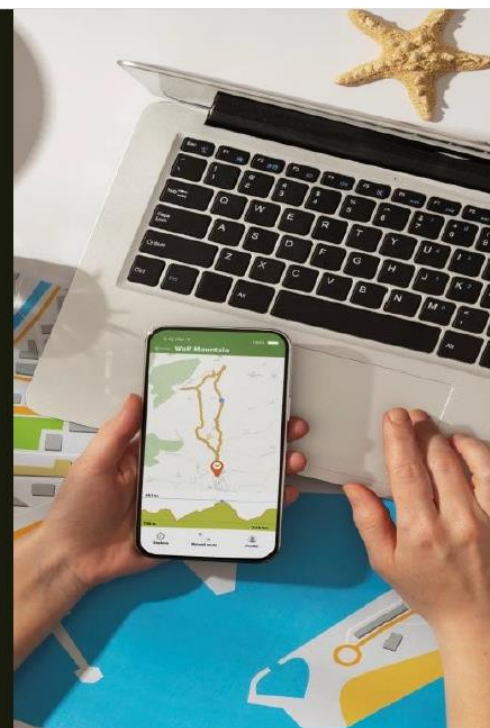
Розробка туру з використанням елементів smart-технологій

Після перемоги нашу країну очікують великі зміни. Увесь світ дізнався про Україну, як сильну та нескорену державу зі сміливими мешканцями. Багато туристів з інших країн будуть хотіти відвідати нашу країну та побачити її незрівняну красу. Саме тому дуже важливо дати можливість подорожувати нашою країною зручно, комфортно та цікаво. Запропонований тур розрахований на час, коли бойові дії на території нашої країни закінчаться та настане час відродження, і туристична галузь стане одним з елементів відновлення.



Основні показники туру:

Назва туру – Майбутнє зустрічає Минуле: smart-подорож Одеським регіоном.
Сегмент споживачів – різновікова категорія, внутрішній та закордонний турист;
Вид маршруту – культуро-пізнавальний з використанням smart-технологій;
Види транспорту, що використовуються під час подорожі – автобус класу «люкс»;
Початок та кінець екскурсії – Автостанція «Старосінна»;
Вид маршруту – комбінований (піший та автобусний);
Проживання в готелях – Апартамент-готель WOL.121, м. Одеса, Фонтанська дорога, 121;
Харчування – самостійне приготування їжі у готелі, харчування у ресторані готелю або кафе у місті (за додаткову оплату);
Витрати не включені у вартість туру – харчування у кафе або ресторані, покупка сувенірів, інші особисті витрати;
Кількість туристів в групі – від 10 до 30 осіб.



Опис об'єктів туристичної привабливості, що входять у програму туру:

1 день.

- Пішохідна екскурсія історичною частиною міста.
 Організація пересування між об'єктами туристичної привабливості здійснюється через мобільний додаток, який до початку подорожі турист має завантажити у свій смартфон. Додаток містить інтерактивні карти, на яких позначені історичні пам'ятки та інші цікаві локації з коротким описом. У застосунку додана функція аудіо гіда, яка автоматично активується, коли турист наближається до конкретної локації.

- Відвідання коворкінгу-лекторію 4City. Проведення віртуальної екскурсії «Історія Одеси – від Гавані Істріан до Незалежної України».

2 день.

- Відвідання виробництва Infomir 3D, які спеціалізуються на 3D-друку.
 - Відвідання Обсерваторії ОНУ ім. Мечникова програма перегляду повно купольного фільму, екскурсії галереєю астрономічної обсерваторії, спостереження зоряного неба.

3 день.

- Відвідання центру підтримки підприємців Дія Бізнес. Прослуховування лекції «Чат-боти та no-code сервіси для бізнесу». Консультації зі спеціалістами стосовно початку своєї справи.

- Відвідання клубу віртуальної реальності. Участь у VR-квесті та смачна вечеря.

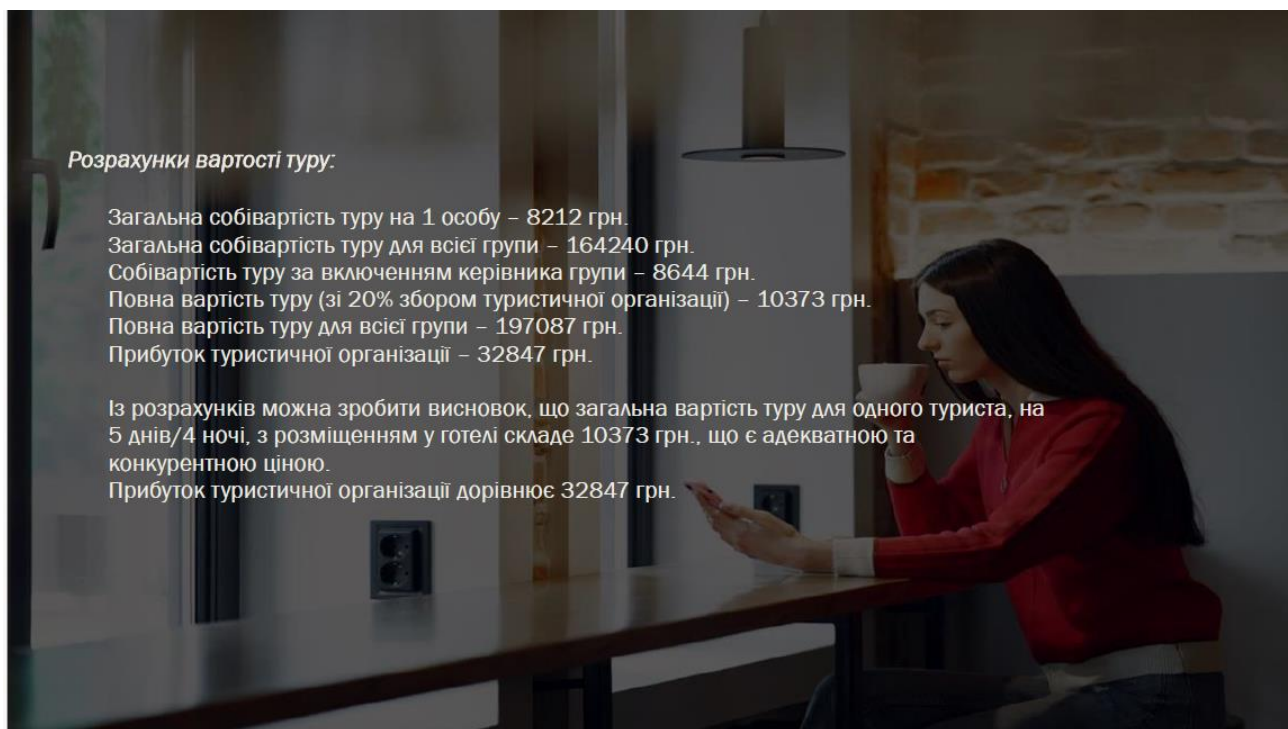
4 день.

- Переїзд до м. Білгород-Дністровський. Проведення оглядової екскурсії по фортеці Аккерман з використанням мобільного додатку для орієнтації між об'єктами туристичної привабливості та прослуховування інформації з використанням аудіо гіда.

- Участь у квесті-геолошуку. Пошук прихованих «скарбів» з сувенірами за допомогою GPS-відміток на інтерактивній карті.

Прощальна вечірка у руетоп-барі на даху готелю.

5 день. Прощання з групою, кінець туру.

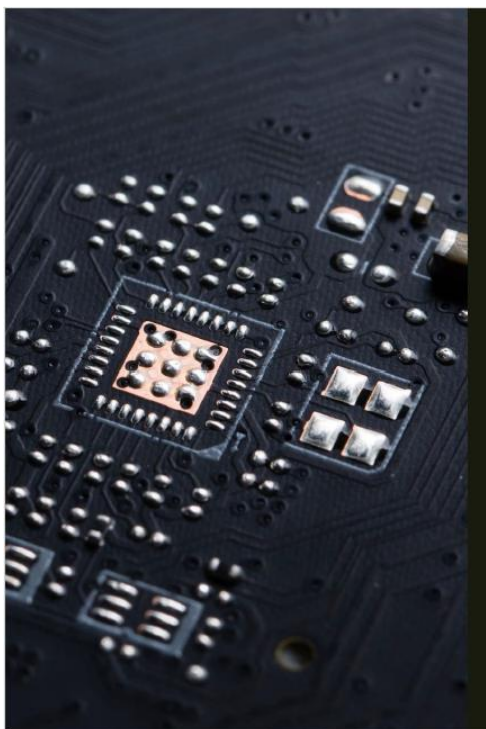


Розрахунки вартості туру:

Загальна собівартість туру на 1 особу – 8212 грн.
 Загальна собівартість туру для всієї групи – 164240 грн.
 Собівартість туру за включенням керівника групи – 8644 грн.
 Повна вартість туру (зі 20% збором туристичної організації) – 10373 грн.
 Повна вартість туру для всієї групи – 197087 грн.
 Прибуток туристичної організації – 32847 грн.

Із розрахунків можна зробити висновок, що загальна вартість туру для одного туриста, на 5 днів/4 ночі, з розміщенням у готелі складе 10373 грн., що є адекватною та конкурентною ціною.

Прибуток туристичної організації дорівнює 32847 грн.



Висновки:

Сучасний світ вимагає активного впровадження smart-технологій у туристичну сферу для підвищення якості послуг та ефективного управління галуззю. Поняття smart-технології та smart-туризм досліджуються багатьма українськими та іноземними науковцями, і дослідження підтверджують, що інновації у сфері туризму сприяють сталому розвитку туристичного сектору, забезпечують якість обслуговування та більшу задоволеність подорожуючих.

Smart-технології не лише роблять туристичну сферу більше конкурентною, але й впливають на майже всі аспекти життя містян через концепцію «розумного» міста. Відзначається, що впровадження інновацій у транспортну інфраструктуру, енергетичну сферу, управління відходами, екологічність та інші галузі полегшує життя громадян та підвищує ефективність міського середовища.

Використання smart-технологій в туристичну діяльність сприяє взаємодії між туристами та оточуючим середовищем, підвищує рівень інформованості про місцевість та надає сучасний та ефективний підхід до організації подорожей. Інноваційні підходи привертють увагу сучасних мандрівників та сприяють розвитку місцевого бізнесу, що позитивно впливає на економіку регіону та України в цілому.



Перевірка тексту на плагіат

Кваліфікаційна робота магістра.

Тема: «Стратегія розвитку smart-туризму в Одеській області та місті
Одеса»

Засіб перевірки Plag.com.ua

Унікальність по фразам > 30 %

Унікальність по словам > 30 %

Ми нещодавно покращили звіт. Ви можете повернутися до попереднього варіанту, натиснувши на цю посилання.

КРМ Орлова Н.В. МТМз-70 (2).docx

Подібність: 19% (унікальність по фразам > 30%, унікальність по словам > 30%)

Результат: **НАЙВИЩИЙ** ★★★

Перифразування: 1%

Неправильне цитування: 0%

30x

1 2 3 ... 29 30 31

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА
на тему: «Стратегія розвитку smart-туризму в Одеській області та місті Одеса»
Здобувачка: Наталя ОРЛОВА
2 курсу МТМз-70 групи
Керівник: Маргарита ЛІГАНЕНКО
Кваліфікаційна робота допускається до захисту
Рішення кафедри від: 30 листопада 2023 р., протокол №4
Завідувачка кафедри ТБ та Р: _____ Наталя ДОБРЯНСЬКА
Підпис:
Одеса – 2023 рік

10th.plag.com.ua 1% >
9. meta.ua 1% >
8. od.ua 1% >
7. ua 1% >
6. ua 1% >
5. ua 1% >
4. ua 1% >
3. ua 1% >
2. ua 1% >
1. ua 2% >

Керівник: Маргарита ЛІГАНЕНКО

Здобувачка: Наталя ОРЛОВА