

ШИФР «SMART 2020»

**НАУКОВА РОБОТА**

на тему:

**«Шляхи впровадження концепції смарт-дестинації у  
м. Києві»**

## АНОТАЦІЯ

**Актуальність теми.** Щорічна позитивна динаміка туристичних потоків у світі, що у 2019 році склала 1,4 млрд. осіб (з щорічним приростом +5 %) та зростання прибутків від міжнародного туризму (1,7 трлн. дол. США в 2019 році) зумовлює не тільки зростання прибутків туристичних підприємств, створення нових робочих місць та збільшення бюджетних надходжень, але й підвищений антропогенний вплив на навколишнє середовище, соціально - технічну та транспортну інфраструктуру, історико - архітектурні пам'ятки і культурні об'єкти. Це значно погіршує їх стан та негативно впливає на якість життя місцевого населення, а також знижує якість самої туристичної дестинації.

Досвід розвинених європейських країн свідчить про необхідність оптимізації антропогенного навантаження на дестинацію з одночасним покращенням якості життя на основі філософії сталого розвитку та відповідального споживання та застосування сучасних інформаційних технологій, ефективного застосування виробничого, транспортного, енергетичного, екологічного менеджменту.

Технології смарт - дестинацій впроваджуються в багатьох туристичних центрах Європи та світу: Барселоні, Лондоні, Гданську, Бостоні, Чикаго, Лас - Вегасі, Нью – Йорку, Орlando, Сан – Антоніо, Сан – Дієго, Шанхаї, Сідней, Лос – Анжелесі, Дубаях та ін. Основними перевагами для туристів є застосування карт лояльності, що дозволяє суттєво економити на витратах на проживання, харчування, транспорт, також підвищення інформативності та безпеки туристичних подорожей. У зв'язку з цим виникає необхідність дослідження досвіду розвинених країн Європейського Союзу щодо формування смарт-дестинацій.

З огляду на актуальність проблеми, для обміну знаннями, налагодження партнерських зв'язків і просування в розумінні розвитку та ключових елементів смарт – дестинацій в 2017-2019 роках було проведено конференції ЮНВТО, що розглядали успішний досвід туристичних центрів світу в питаннях цифрових

перетворень в межах дестинацій, технологічних рішень для моніторингу впливу туризму на соціальне та природне середовище, інтелектуального управління дестинаціями на засадах сталого розвитку, стандартизації, доступності даних та кібербезпеки тощо.

**Метою дослідження** є аналіз практики формування смарт-дестинації у світі та розроблення концепції формування смарт-дестинації м. Київ.

Для досягнення поставленої мети у науковій роботі були поставлені, вирішені наступні **завдання**:

- дослідити передумови формування смарт-дестинацій та наукові підходи до формування смарт-дестинацій;
- проаналізувати стан та перспективи розвитку створення смарт-дестинацій на національному ринку туристичних послуг;
- оцінити світовий досвід формування смарт-дестинацій;
- дослідити перспективні напрямки туристичної діяльності в сучасних тенденцій;
- дати загальну характеристику оцінки туристичних ресурсів та туристичної інфраструктури м. Київ;
- оцінити впровадження інтегрованих інформаційних технологій в туристичну сферу м. Києва;

**Об'єктом дослідження** є туристична дестинація - місто Київ.

**Предмет дослідження** - це процес формування смарт-дестинації м. Київ.

**Методи дослідження.** Методологічною основою дослідження складають такі загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу та синтезу, систематизації – для дослідження теоретичних підходів до визначення поняття смарт-дестинації; метод абстрактно-логічного узагальнення – для теоретичного обґрунтування важливості поставлених задач, уточнення ключових понять дослідження та формування висновків; економічні методи SWOT-аналізу – для групування та дослідження сильних та слабких сторін сфери туризму в м. Київ та доцільності формування смарт-дестинації; графічний метод – для наочного ілюстрування явищ, процесів та закономірностей, що досліджуються.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості використання розроблених пропозицій щодо формування смарт-дестинації, що дає змогу отримувати позитивний економічний і соціальний ефект, популяризує туристичну дестинацію, створює імідж країни, оптимізує та регулює туристичні потоки.

Теоретичну основу наукової роботи щодо проблематики формування смарт-дестинацій на основі розвинених урбанізованих центрів досліджувалась сучасними вченими Х. А. Іварс-Байдал, М. А. Селдран-Бернабеу, Х.-Н. Мазон, А. Ф. Перлес-Івар, Л. Р. Судзуки, українськими дослідниками Т. Ткаченко, С. Мельниченко, О. Туником, Д. Басюк та ін.

Інформаційну базу дослідження становлять: законодавчі та нормативні акти України щодо туристичної діяльності; статистичні дані щодо туристичних потоків, мети туристичних поїздок до м. Київ та поточна звітність Державного комітету статистики України; результати наукових досліджень; матеріали науково-практичних конференцій; публікації закордонних і вітчизняних авторів та інші джерела.

**Загальна характеристика роботи.** В даній роботі розгляну сутність технологій представлено її особливості. Обґрунтовано стан та перспективи smart-технологій у сучасних умовах. Розглянуто перспективні напрямки туристичної діяльності та використання smart-технологій. Проведено ранжування міст залежно від ступеня впровадження ними інноваційних технологій в управлінський процес. Проведена оцінка впровадження інтегрованих інформаційних технологій в туристичну сферу м. Києва.

## ЗМІСТ

<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СМАРТ-ДЕСТИНАЦІЙ</b>	<b>6</b>
1.1 Передумови формування смарт-дестинацій	6
1.2 Стан та перспективи розвитку створення смарт-дестинацій на національному ринку туристичних послуг	11
<b>РОЗДІЛ 2. НАПРЯМКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ СМАРТ-ДЕСТИНАЦІЙ В ТУРИСТИЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ</b>	<b>14</b>
2.1 Перспективні напрямки туристичної діяльності в сучасних тенденцій	14
2.2 Оцінка впровадження інтегрованих інформаційних технологій в туристичну сферу м. Києва	17
<b>РОЗДІЛ 3. РОЗРОБЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ «КИЇВ ТУРИСТИЧНИЙ – СМАРТ-ДЕСТИНАЦІЯ СВІТУ»</b>	<b>20</b>
3.1 Розроблення інтегрованого мобільного додатку «Kyiv for Rest» та туристичної картки	20
3.2 Оцінка ефективності впровадження проекту «Kyiv for Rest» в туристичну сферу м. Києва	30
<b>ВИСНОВКИ</b>	<b>33</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>35</b>
<b>ДОДАТОК</b>	<b>36</b>

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СМАРТ-ДЕСТИНАЦІЙ

### 1. Передумови формування смарт-дестинацій

Значення туризму як одного з видів рекреаційної діяльності, що заснована на переміщенні у просторі, безперечно пов'язана з економічною системою та її характером, соціально-культурним середовищем території та природного довкілля. Туризм суттєво відрізняється від інших галузей господарства, адже їх продукт перевозять до споживача, а туризм передбачає міграцію людей до продукту, тобто до місць рекреації, культурно-історичних пам'яток та об'єктів туризму. В багатьох випадків споживання туристичного продукту турист здійснює безпосередньо у вибраному ним місці, що визначено територіально. Якраз це місце трактується як туристична дестинація.

Туристична дестинація – це головний елемент туристичної індустрії. Її можна охарактеризувати як певний центр із засобами обслуговування та послугами для забезпечення потреб туристів.

Перш за все, вибір туристичної дестинації залежить від індивідуальної мотивації туриста. Наступним критерієм вибору є ступінь розвиненості туристичної інфраструктури, що включає в себе систему транспортного забезпечення, заклади розміщення та харчування, екскурсійне обслуговування, розваги, роздрібну торгівлю сувенірами та продукцією туристичного призначення і т.д.

Туристична дестинація повинна мати наступні критерії:

- а) транспортна доступність та наявність необхідного набору послуг високої якості для обслуговування туристів (трансфер, розміщення, харчування та ін.);
- б) наявність пам'яток природи, історії, культури та релігії, що будуть цікавими для відвідування;

в) розвиток інформаційних систем (наприклад, систем комп'ютерного бронювання) з метою просування продукту на туристичному ринку.

Вважається, що першою туристичною дестинацією стало місто Лафборо. Саме тоді в програмі туру було вперше зазначено «destination», тобто місце призначення подорожі.

Фахівці UNWTO наголошують, що індустріальна спадщина, представлена різноманітними індустріальними та технологічними пам'ятками різних галузей економіки, є чудовим ресурсом для розвитку туризму, який прагне до диверсифікації та стійкості. Відвідувачі разом з місцевими жителями, можуть брати участь у культурних заходах, організованих під впливом індустріальної спадщини, що стимулює соціальну інтеграцію, підвищує відчуття належності до спільноти і полегшує міжкультурний діалог і розуміння.

Традиційними туристичними дестинаціями є місця, які високо цінувалися протягом тривалого часу через наявність унікальної художньої чи духовної спадщини і були центрами відвідування навіть до виникнення сучасного феномена туризму (Київ, Львів, Кам'янець-Подільський, Запоріжжя). Іноді туристичними центрами стають маловідомі міста чи села, пов'язані з особливими подіями, які швидко приковують увагу громадськості. Це може статися тому, що в цьому місці відбулася видатна релігійна чи політична подія, було знято фільм або проходять заходи історичного, культурного чи мистецького характеру (Канів, Батурин, Хотин, Чинадієво).

Контакти із зовнішнім світом у туристичних регіонах і місцевостях тривають практично постійно, особливо у країнах з теплим кліматом. У країнах, що розвиваються, туризм часто є єдиною передумовою і основою початку та подальшого розвитку сучасної урбанізації. Тут можна назвати популярні серед європейських туристів середземноморські країни Іспанію, Грецію, Хорватію, Чорногорію, Туреччину, Єгипет, Туніс, Марокко, а також чорноморське узбережжя Румунії і Болгарії, де сьогодні відбувається прискорена урбанізація приморських територій, обумовлена саме розвитком індустрії туризму.

Країни Європи, північної Америки та Східної Азії є основними «постачальниками» туристів. У середині однієї країни ступінь туристичної активності міського населення значно вищий, ніж сільських жителів. Причому чим більше місто, тим більша кількість жителів віддають перевагу подорожі. Підвищення ролі рекреації в значній мірі визначається зростанням урбанізації, яка не розривно пов'язана з концентрацією виробництва і розвитком виробничих сил. Урбанізація - це перш за все зростання міського населення, виникнення міст-гігантів і міських агломерацій.

Туристична урбанізація належить до порівняно нових явищ і поширюється разом з розвитком туризму, особливо швидко з другої половини ХХ ст.

Отже, неконтрольований розвиток туризму, урбанізація туристичних destinations посилює його антропогенний тиск на рекреаційні території, призводить до самознищення туризму, де про подальший розвиток не може бути й мови. Усе це вимагає наукового обґрунтування туристично-рекреаційних навантажень і вивчення економічної доцільності розвитку туристичних destinations.

На сьогодні концепція смарт-destinations, або як їх ще називають смарт-міста впроваджена в багатьох містах туристично розвинених країн: Іспанії, ОАЕ, Німеччині, Китаї, Південній Кореї.

Серед найпоширеніших способів використання технологій Інтернету-речей та безконтактних комунікацій в рамках «SmartCity» 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. Впроваджені для обслуговування туристів у Барселоні офіційні аудіогіди, електронний гід (iBarcelona-Smartour); туристичні автобуси з Wi-Fi; мобільні додатки «доповненої реальності», що пов'язані з організацією колективних транспортних турів та екскурсійних маршрутів; відео карто



проектування 3D-моделей історичних будівель; використання смарт-технологій та QR-кодіву музеях тощо.

Друге місце в рейтингу за рівнем розвитку технологій займає Лондон. Там найактивніше реалізується програма «Smart London» в транспортній сфері. Управління транспорту Лондона (Transport for London - TfL) на основі даних планує міські маршрути і інформує городян про проведення ремонтних робіт і інших поза штатних ситуаціях.

У Лондоні діє з десятків додатків і онлайн-сервісів для пасажирів. Вони допомагають орієнтуватися в непростій схемі вуличного транспорту, зручно планувати поїздки і просто не запізнитися на свій потяг.

Також впроваджена система передбачення пожеж. Вона називається «Статистична аналітична система» - SAS. Вона дозволяє виявити за допомогою статистичного аналізу найбільш пожежонебезпечні будинки. Моделювання кожного району міста проводиться з урахуванням порядку 60 критеріїв, включаючи демографічні, геологічні та історичні дані. Це дозволило значно скоротити кількість пожеж.

Один з цікавих проєктів, який хочуть реалізувати в Лондоні, називається Foster + Partners Sky Cycle. Суть проєкту полягає в будівництві розгалуженої мережі велодоріжок над залізничними коліями, що дозволить значно розвантажити дороги громадського користування та підвищити безпеку самих велосипедистів.

Основні «туристичні» пріоритети концепції смарт-дестинації:

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

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

5. Єдиний туристичний квиток (CityTourismCard) на всі види транспорту.

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

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

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

9. Взаємодія місцевої влади та громадськості з колективними засобами розміщення за допомогою електронних панелей, на яких гості могли б спроекувати свій маршрут та зберегти його на власному смартфоні, вибрати туристичний об'єкт, забронювати квитки, завантажити інформацію рідною мовою, залишити відгуки.

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

Формування смарт-дестинацій та управління ними має спрямовуватись на вирішення наступних завдань. По-перше, збереження та примноження наявного туристичного потенціалу певного регіону. По-друге, забезпечення органами державної та місцевої влади умов для організації обслуговування туристів. По-третє, організація та підтримка політичних та економічних зв'язків між суб'єктами туристичної діяльності, котрі беруть участь у процесі обслуговування туристів.

Формування смарт-дестинацій дає змогу отримувати позитивний економічний і соціальний ефект. Водночас, формування дестинацій дозволить забезпечити не тільки сталий розвиток, але і вирішити низку нагальних завдань, які є актуальними для сучасних регіонів: оцінити реально туристичний потенціал певної території, яка має адміністративні межі; сформувати систему менеджменту управління туристичними ресурсами; сформувати конкретний туристичний продукт, який можливо буде позиціонувати на різних рівнях (громади, області, національному рівні, міжнародному тощо); зберегти і примножувати природну і культурну спадщину; і останнє, це можливість реалізовувати виховну і патріотичну функцію туризму.

## **2. Стан та перспективи розвитку створення смарт-дестинацій на національному ринку туристичних послуг**

Популяризація країни і створення позитивного іміджу за кордоном є однією з найважливіших складових дипломатичних та економічних завдань кожної держави. В євро інтеграційних умовах зростання туристичного інтересу до різних країн і народів, імідж країни відносяться до найважливіших факторів, що впливають на вибір іноземними туристами місця відпочинку. Зарубіжний досвід розвинених країн Європейського союзу свідчить, що правильно підібраний туристичний бренд країни, наявність смарт-дестинацій, які приваблюють потенційного туриста та є для нього цікавими впливають на його кінцевий вибір.

На світовому ринку туристичних послуг імідж країни та її бренд є невід'ємними елементами, а наявність розумно продуманої стратегії популяризації країни є гарантією її впізнаваності. «I love NY», «I am Amsterdam», «I feel Slovenia» – наглядні приклади успішного формування смарт-дестинацій та розумного брендингу.

Хоча, можемо зазначити, що у розвинених туристичних обласних центрах України також наявні перші кроки до формування бренду міста, а саме всім відомі «I love Kiev», «I love Odessa», «I love Vinitsa» і т.д.

Сьогодні в Україні дестинації тільки починають формуватися. Це пов'язано з трансформаційними процесами в економіці країни та її повільною інтеграцією до світового економічного простору.

Одним з найголовнішим мотивом подорожі є саме культурно-історичне наповнення. Від цього залежить кількість туристичних потоків, рівень розвиненості інфраструктури, розмір грошових потоків, що надходять до туристичної дестинації, навантаження на території, а отже і всі непохідні фактори та передумови створення смарт-дестинації.

На сьогоднішній день пріоритетним напрямом є адміністрування туристичних дестинацій, які формуються в Україні, тобто впровадження створення та формування смарт-дестинацій.

Розглянемо перспективи реалізації концепції смарт-дестинацій в Україні, що на пряму впливає на суміжні з туризмом галузі. Основні напрями і характеристика впливу представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

## Вплив формування смарт-дестинаційна суміжні з туризмом галузі

Галузь	Опис	
Транспорт	<p>Дублювання в наземному транспорті інформації англійською мовою і розміщення в середині транспорту, на його зупинках двомовних карт маршрутів та інтервалів руху (можливо електронних із можливістю складання маршруту і завантаження на смартфон). Звукове оголошення зупинок наземного громадського транспорту двома мовами.</p> <p>Розміщення на зупинках наземного транспорту табло із часом прибуття і назвою маршруту двома мовами де зрозуміло час прибуття.</p> <p>Універсальний електронний квиток (CityTourismCard) - у т.ч. PayPass і MasterCard, а також NFC. Інтернет-туристичний квиток.</p>	<p>У столиці України в наземному та підземному міському транспорті всі зупинки дублюються англійською мовою. Також наявні табло, на яких вказаний час прибуття та напрямок за яким рухається транспортний засіб.</p> <p>У метрополітені можливий розрахунок за проїзний квиток з допомогою PayPass і MasterCard.</p>
Безпека	<p>Розміщення в туристичних місцях веб-камер, які можна використовувати не тільки для швидкого пошуку і відвідування туристичного об'єкту, а й в цілях безпеки. Впровадження муніципальної туристичної поліції, яка є в багатьох містах світу.</p>	<p>У всіх туристичних місцях розміщені камери, які встановлені для безпеки туристів та міських відвідувачів.</p> <p>Муніципальна туристична поліція відсутня в місті Київ.</p>
Енерго-ефективність	<p>Основна частина культурних та туристичних об'єктів фінансується з міського бюджету, тому використання LED-освітлення важливо на вулицях та туристичних об'єктах. При цьому важливим є встановлення датчиків руху та автоматичних вимикачів.</p>	<p>Датчиків руху та автоматичних вимикачів здебільшого встановлені на об'єктах приватної власності.</p> <p>LED-освітлення поступово встановлюється в обласних та туристичних центрах.</p>
Якість води	<p>Якість води місцевих мешканців = якості води для туристів.</p>	<p>На жаль якість водопостачання не є високої якості.</p>
Відкрите управління	<p>Використання платіжних систем (Visa та MasterCard) для достовірності туристичної статистики; сайту туристичної дестинації, мобільний додаток; рейтингів засобів розміщень на основі даних TripAdvisor, Booking.com та інших міжнародних платформ</p>	<p>Майже всюди використовуються платіжні системи. Всі підприємства туристичної сфери представлені на міжнародних платформах.</p>

*Продовження таблиці 1*

Екологічність	Реалізація неординарних екологічних рішень (світлодіодне освітлення, полив дощовою водою, вироблення електрики для підзарядки телефону через вправи на велотренажері, підзарядка смартфонів від лав із сонячними батареями, Wi-Fi таін.).	Рівень екологічності не є задовільним на даний час.
---------------	---	---

Можемо зробити висновок, що формування смарт-дестинацій має великий вплив на суміжні сфери. Охарактеризувавши поточний стан України, щодо формування смарт-дестинації можемо твердо сказати, що ми знаходимось тільки на початковому етапі.

Отже, можемо сказати, що формування смарт-дестинацій є необхідним для вітчизняного ринку туристичних послуг, так як Європа однією із самих популярних регіонів, та передре по чисельності туристичних прибуттів.

## **РОЗДІЛ 2. НАПРЯМКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ СМАРТ ДЕСТИНАЦІЙ В ТУРИСТИЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ**

### **1. Перспективні напрямки туристичної діяльності в сучасних тенденціях**

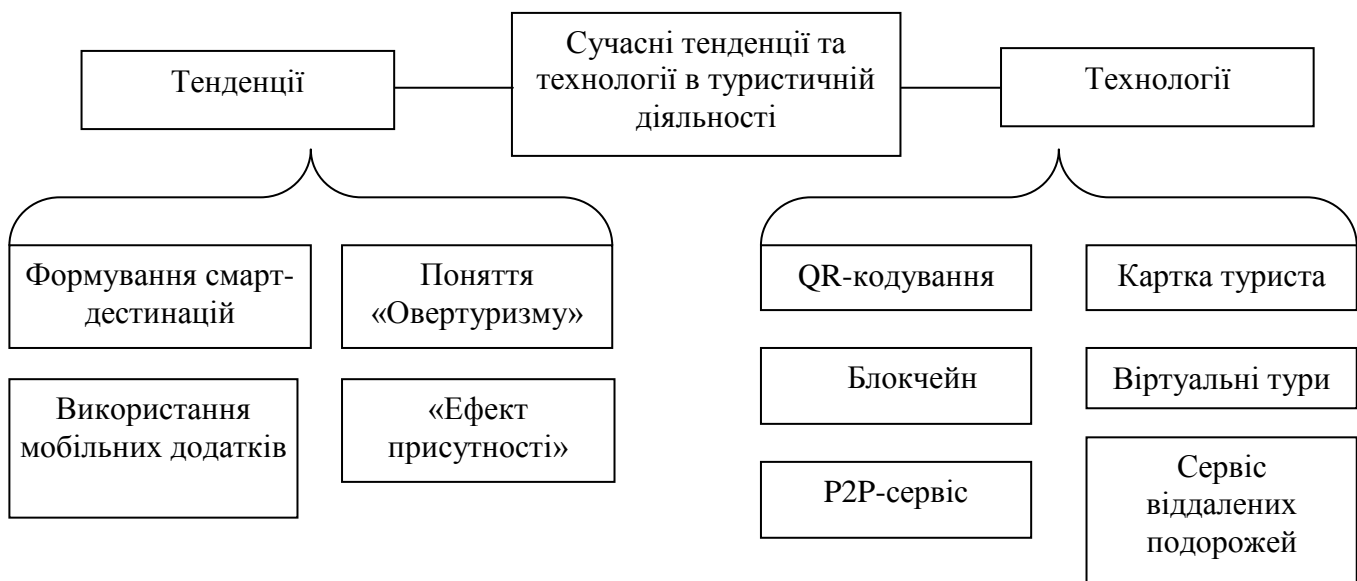
Україна, завдяки вигідній географічній позиції, різноманітності природних ландшафтів і кліматичних умов, культурному різноманіттю в межах однієї держави, завдяки своєму величезному інтересу з боку туристів, має все необхідне для комплексного та гармонійного інноваційного розвитку туристичної галузі. Інновації в сфері туризму можуть лягти в основу сталого зростання не лише туристичної галузі, а й економіки країни в цілому, що призведе до поліпшення рівня життя українців.

Інновації в туристичній галузі, мають у своїй основі реалізацію досягнень науково-технічного прогресу. Інновації в туризмі – всебічне організаційне та управлінське нововведення яке складається в цілеспрямованих змінах, які вироблені на різних рівнях індустрії туризму. До них відноситься: правове

забезпечення туристичних проєктів, організація нових видів туристської діяльності, створення повністю нових туристичних продуктів і товарів для подорожей, інформаційне забезпечення туристичного попиту, що включає в себе сучасні технології.

Введення новітніх технологій в туристичну діяльність в загальному спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємств, які займаються організацією туристичного бізнесу та на значне поліпшення якості надання послуг. Тому, для того щоб туристичний бізнес розвивався динамічніше, інноваційність надання туристичних послуг є необхідністю для українського ринку туристичних послуг.

На рисунку 2 представлені успішні приклади сучасних тенденцій в туристичній галузі та технологій без яких реалізація інновації є неможливою.



**Рис. 2. Сучасні тенденції та технології в туристичній діяльності 2018 року**

Щодо сучасних технологій в туризмі, то ми з впевненістю можемо сказати, що вони є невід’ємними складовими сучасних тенденцій, тому розглянемо їх більш детально:

1. QR-кодування являє собою 2D штрих-код, який може містити в собі інформацію різного складу та характеру. Зчитувати такі коди дуже просто за допомогою спеціального мобільного додатку, що робить

взаємодію між туристом та навколишнім світом гранично простою та займає мінімум часу.

2. Сервіс P2P об'єднує користувачів, які шукають унікальний досвід подорожей з місцевими жителями, які готові запропонувати такі послуги. Це можуть бути індивідуальні тури по нічному місту, уроки дизайну і фотографії, приватні вечери, дегустація місцевих вин та різноманітні заходи з культурного обміну.

3. Єдина інтернет-платформа бронювання. Великі перспективи в сфері туризму обіцяє принести в сферу туризму технологія блокчейн, завдяки якій можна буде на 10-30% знизити ціни на туристичні послуги, а весь спектр послуг стане легко відшукати на одному сайті. За рахунок автоматизованої системи бронювання і прямих замовлень без посередництва агентів користувачам, в свою чергу, можуть бути надані більш дешеві послуги на оренду житла.

4. *Картка туриста* – зручний і сучасний сервіс, економить час і гроші активним людям, які люблять подорожувати і розважатися. Турист, придбавши таку картку, отримає можливість проїзду на електротранспорті, також безкоштовні походи в музеї та знижки в ряд закладів – ресторанів, галерей, а також сувенірні магазини.

5. Сервіс віддалених подорожей – це сервіс, який представляє собою можливість заробляти на подорожах, виконуючи доручення інших користувачів. Людина, що знаходиться в будь-якому місці земної кулі, веде трансляцію для глядача, який платить за неї. При цьому замовник бачить і чує все, що відбувається у його героя по той бік екрану за допомогою інтернету.

Отже, навівши приклади перспективних напрямків туристичної діяльності в сучасних тенденцій, можемо зробити висновок, що на даний момент, туризм є однією з рушійних галузей світу, та приносить великі грошові потоки до країн, які працюють та вдосконалюють туристичну галузь. Тому



доречним буде проаналізувати туристичні ресурси та оцінити впровадження інтегрованих інформаційних технологій в туристичну сферу м. Києва.

## 2. Оцінка впровадження інтегрованих інформаційних технологій в туристичну сферу м. Києва

Сьогодні існування туристичної сфери є неможливим без використання інформаційних технологій. Нині в туризмі пропонується впровадження інтегрованих інформаційних технологій з метою вирішення різноманітних завдань і підвищення якості послуг у цій галузі. Наприклад, глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, смарт-картки, інформаційні системи менеджменту та ін. направлені на розвиток ринку туристичних послуг та туристичної інфраструктури, що сприяє розвитку гостинності в різних туристичних дестинаціях, зокрема і в м. Києві.

Для вивчення стану та можливостей впровадження інтегрованих інформаційних технологій в таблиці 3.

*Таблиця 3*

### SWOT– аналіз впровадження інформаційних технологій в туристичну сферу м. Києва

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Багаті туристичні ресурси;</li> <li>- Розмаїття закладів розміщення та харчування, що оснащені «розумними технологіями»;</li> <li>- Ознакування історичних пам'яток QR-кодами;</li> <li>- Створення інтерактивних екскурсійних маршрутів;</li> <li>- Створення єдиного квитка;</li> <li>- Наявність розумових ресурсів для створення інноваційних проектів;</li> <li>- Постійне збільшення внутрішніх та зовнішніх потоків туристів до м. Київ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Низьке знання англійської мови міського населення;</li> <li>- Недостатня кількість музеїв, виставкових центрів оснащених новітніми інформаційними технологіями;</li> <li>- Низький рівень розвитку суміжних з туризмом сфер (транспорт, безпека, екологічність та ін.);</li> <li>- Довготривале введення новітніх розробок в роботу;</li> <li>- Постійне затягнення дедлайнів та неможливість реалізації проектів;</li> <li>- Відсутність сформованого цілісного бренду м. Київ.</li> </ul>

*Продовження таблиці*

Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Активний розвиток туристичної інфраструктури;</li> <li>- Розвиток суміжних галузей з туризмом;</li> <li>- Популяризація туристичної дестинації серед внутрішніх та зовнішніх туристів;</li> <li>- Оптимізація туристичних потоків;</li> <li>- Створення нових робочих місць в сфері туризму;</li> <li>- Збільшення надходжень до міського бюджету від сфери туризму;</li> <li>- Створення іміджу безпечного та розвиненого міста;</li> <li>- Формування смарт-дестинації.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Нестабільна політична ситуація;</li> <li>- Нестабільна економічна ситуація;</li> <li>- Техногенні катастрофи;</li> <li>- Введення воєнного стану в країні;</li> <li>- Загострення конфлікту між західними та східними регіонами;</li> <li>- Підвищення вартості впровадження інноваційних проектів;</li> <li>- Відсутність можливості у фінансуванні інноваційних проектів;</li> <li>- Зниження інтересу зовнішніх та внутрішніх туристів до дестинації.</li> </ul>

Отже, можемо зробити висновок, що найсильнішими сторонами є велике розмаїття туристичних ресурсів; закладів розміщення та харчування, що поступово вводять новітні технології в свою роботу; наявність розумових ресурсів для створення інноваційних проектів; високий інтерес іноземних туристів та стабільне збільшення внутрішніх та зовнішніх потоків туристів до м. Київ. Слабкими сторонами м. Київ є низьке знання англійської мови міського населення, що створює мовний бар'єр між міським населенням та іноземними туристами, низький рівень розвитку послуги суміжних з туризмом сфер: транспортна індустрія, безпека, екологія, інформаційна сфера, що користуються застарілими методами обслуговування. До одного із вагомих недоліків є довгий термін реалізації інноваційних проектів, що часто залишаються лише на стадії розробки з-за причини відсутності фінансування.

Відмітимо можливості, які впливають з сильних сторін дестинації, та що будуть реалізовуватись разом із введенням інформаційних технологій в туристичне життя міста. Основними є створення іміджу безпечного та розвиненого міста, популяризація туристичної дестинації серед внутрішніх та зовнішніх туристів та формування смарт-дестинації. Найбільшими загрозами є нестабільна політична та економічна ситуації, відсутність можливості у фінансуванні інноваційних проектів та підвищення вартості впровадження

інноваційних проєктів, можливість введення воєнного режиму, що негативно впливає на зовнішні потоки туристів.

На рисунку 4 зазначені основні переваги формування смарт-дестинації для міста Київ. Початковим популяризація туристичної дестинації, слідом за ним ми можемо прогнозувати оптимізацію та збільшення туристичних потоків, а отже це спричинить розвиток інфраструктури та розвиток суміжних галузей з туризмом, що має позитивний вплив і на саму сферу туризму та гостинності в цілому, збільшується спектр надання послуг, росте рівень безпеки та стабільності країни. Слідом за ним спостерігаємо соціальний ефект – збільшення кількості робочих місць в сфері гостинності. Економічний ефект є збільшення надходження до міського бюджету від галузі туризму, та в цілому формується позитивний імідж туристичної дестинації на світовому ринку туристичних послуг.



**Рис. 4. Основні переваги формування смарт-дестинації для м. Київ**

Щодо складнощів формування смарт-дестинації можемо визначити такі:

- Довготривалий процес реорганізації та інноваційної діяльності у всіх сфери громадського життя;

- Необхідність великих грошових інвестицій та надходжень для впровадження смарт-технологій;
- Затягнення дедлайнів та неможливість реалізації проектів.

Тобто, складнощі формування смарт-дестинації пов'язані з масштабністю проекту, залучення всіх сфер громадського життя, міських громад, законодавства країни. Необхідність грошових інвестицій на надходжень для забезпечення розумових ресурсів та технологічних. А також зазначено можливе затягнення дедлайнів та перенесення термінів реалізації проектів, що становлять складові смарт-технологій.

Тобто, можемо зробити висновок, що формування смарт-дестинації є тривалим процесом, який триває роками, але має низку незаперечних переваг, що підвищують рівень життя міського населення, формують позитивний імідж стабільної та безпечної як дестинації так і країни в цілому, оптимізують туристичні потоки.

### **РОЗДІЛ 3. РОЗРОБЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ «КИЇВ ТУРИСТИЧНИЙ – СМАРТ-ДЕСТИНАЦІЯ СВІТУ»**

#### **3.1. Розроблення інтегрованого мобільного додатку «Kyiv for Rest» та туристичної картки**

Формування смарт-дестинацій дає змогу отримувати позитивний економічний і соціальний ефект, популяризує туристичну дестинацію, створює імідж країни та регулює туристичні потоки. Тому, одим з перших кроків у формуванні смарт-дестинації, а отже і смарт-туризму.

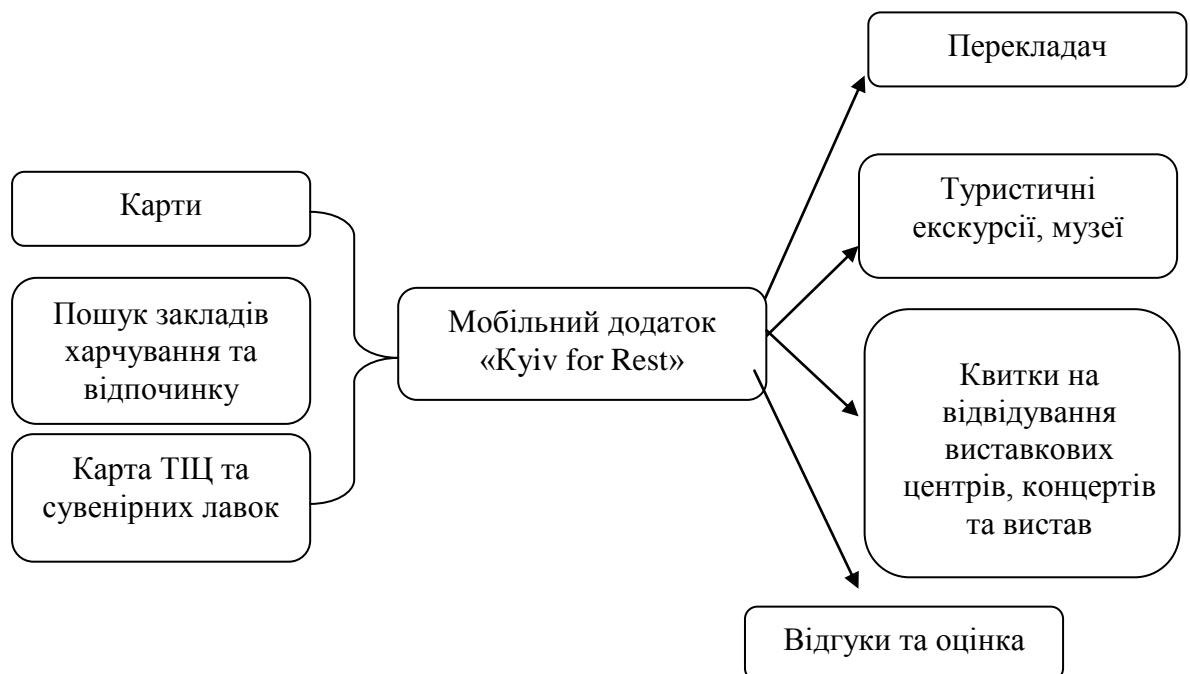
Сьогодні потрібні такі методи оптимізації туристичних потоків, які б стимулювали туриста відвідати певну туристичну дестинацію та полегшували і прискорювали передачу необхідної інформації туристу, яку він потребує під час подорожі. Такі методи оптимізації туристичних потоків можна реалізувати на основі використання інформаційних технологій в туризмі. Однією з проблем

в м. Київ є потреба в створенні мобільного додатку для туристів як внутрішніх так і для зовнішніх. Адже розробка мобільного додатку з кожним роком стає все більш затребуваною послугою для туристів, що відвідують місто Київ.

Динаміка зростання мобільного трафіку все більше росте, ми постійно відстежуємо ринкові зміни та тренди в сфері туризму. Це дозволяє створювати унікальні продукти та пропонувати інноваційні рішення з метою популяризації туристичної дестинації та формування смарт-дестинації.

В умовах швидкого збільшення кількості користувачів смартфонів та доступності мережі Інтернет, кількість мобільних додатків для операційних систем iOS та Android в туризмі стрімко зростає.

За даними дослідження «Hacker Noon», 90% часу, протягом якого користувачі використовують смартфони, припадає на використання мобільних додатків. Тому нашою пропозицією є розробити мобільний додаток «Kyiv for Rest» з метою оптимізації туристичних потоків, що буде мати безліч функцій, які є корисними та необхідними для незабутньої подорожі як для внутрішніх туристів, але особливо і для іноземців (рисунк 5).



**Рис. 5. Функції мобільного додатку «Kyiv for Rest»**

Отже, мобільний додаток буде налічувати такі основні функції:

- Карти (пошук закладів харчування та відпочинку, спеціалізована карта ТІЦ та сувенірних лавок);
- туристичні екскурсії, музеї;
- квитки на відвідування виставкових центрів, концертів;
- перекладач;
- відгуки та оцінка.

Тому розглянемо характеристики кожної з функцій у таблиці (додаток А).

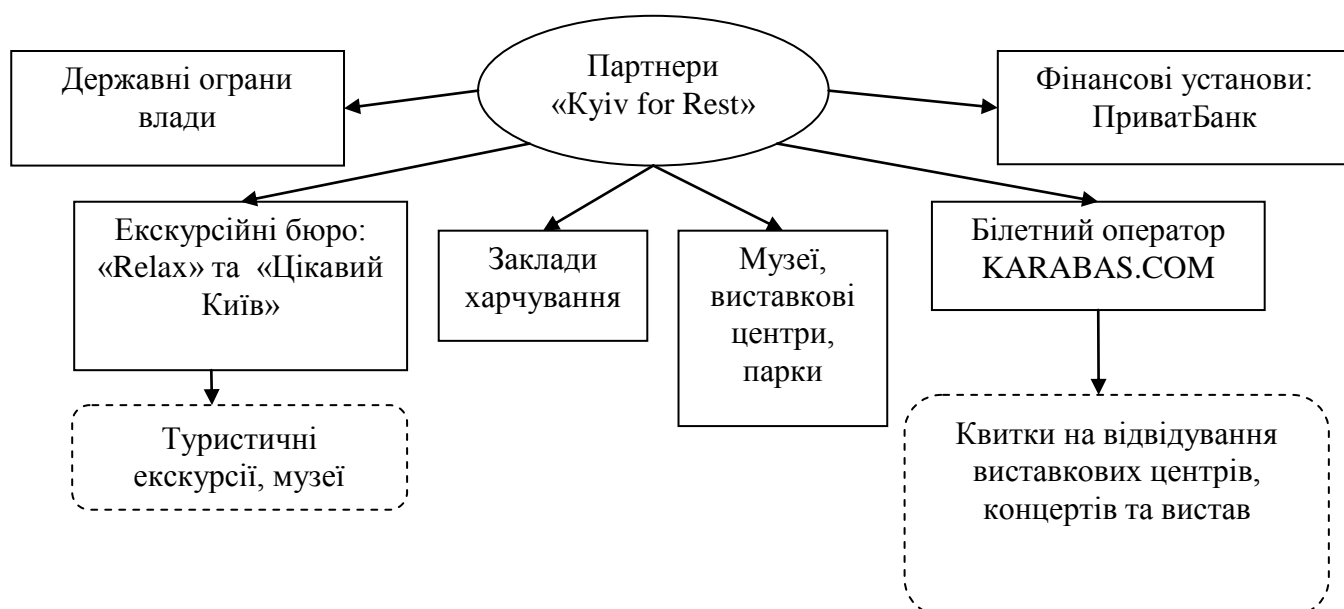
Отже, можемо зробити висновок, що мобільний додаток «Kyiv for Rest» є функціональним, містить в собі багато переваг та характеристик. Офлайн-доступ до карт означає, що незалежно від того, має турист доступ до інтернету чи ні, він зможе користуватись картами. Також ця функція включає в себе пошук різних закладів і цікавих туристичних місць та вже заздалегідь створену карту з ТІЦ, які знаходяться в Києві та сувенірними лавками.

Також турист матиме можливість бронювати та купувати туристичні екскурсії та музеї, які він хоче відвідати за тематикою, видом та вартістю, опираючись на досвід інших туристів та прочитавши відгуки. Мобільний додаток співпрацює з туристичними суб'єктами, що надають екскурсійні послуги, тому вибір екскурсій є великим та різноманітним.

Однією з переваг є купівля квитків на відвідування виставкових центрів, концертів та вистав. Тому створено таку функцію, за допомогою якої турист в один момент може обрати та придбати квиток на цікаву виставу чи похід до музею заздалегідь. Проблемою місцевого населення є незнання англійської мови, адже на вулицях, не у всіх закладах українці водоліють англійською мовою, тому однією з не менш важливих функцій є «Перекладач», який допоможе іноземцю отримати необхідну для нього інформацію.

Тому на нашу думку для туристів додаток «Kyiv for Rest» буде не просто мобільним додатком, а особистим гідом по туристичному світу м. Київ.

Для реалізації мобільного додатку необхідно визначити партнерів, тому розглянемо їх на рисунку 6.



**Рис. 6. Партнери мобільного додатку «Kyiv for Rest»**

Для створення додатку нам необхідні партнери для таких функцій – сервіс вибору та купівлі квитків на відвідування музеїв, виставкових центрів, концертів та вистав та спектр вибору різноманітних екскурсій, проведення оплати, заклади харчування, державні органи влади (додаток А).

KARABAS.COM – національний білетний оператор та провідний онлайн-сервіс з продажу квитків на концертно-розважальні заходи в Україні.

Сервіс містить велику базу подій та анонсів, включаючи ексклюзивні події, такі як гастролі світових зірок, поп- та рок-груп. Тому, це буде найоптимальнішим варіантом для співпраці.

Щодо екскурсійної діяльності, було обрано два екскурсійних бюро «Relax» та «Цікавий Київ» з метою створити широкий спектр вибору туристичних екскурсій та музеїв (додаток А).

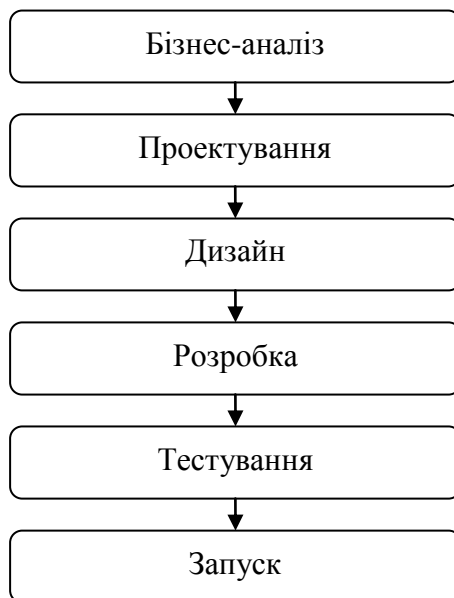
Тому наведені вище послуги туристичних суб'єктів «Relax» та «Цікавий Київ» буду представлені для користувача мобільного додатка «Kyiv for Rest». Співпраця з «KARABAS.COM», «Relax», «Цікавий Київ» здійснюватимуться на основі договору про взаємну співпрацю та на правах реклами, адже наведені компанії перш за все зацікавлені в тому, щоб збільшити кількість продажів своїх послуг, а представлення їх послуг у мобільному додатку, який на

туристичному ринку м. Київ тільки один, є гарною рекламою та можливістю збільшити клієнтську базу.

Одним з важливих партнерів у розробці проекту «Kyiv for Rest» є підтримка органів державної влади, а саме співпраця с Міністерством економічного розвитку (Департамент туризму та курортів).

Слід зазначити також партнерів, що будуть надавати туристичні послуги – це музеї, парки, виставкові центри та заклади громадського харчування.

Щодо функцій карти, пошук закладів харчування та відпочинку, перекладач, відгуки, оцінки та відповідно інтерфейс мобільного додатку буде розроблятися самостійно. Розробка мобільного додатку – це складний технологічний процес, що вимагає ретельного планування, особливо коли необхідно залучити до роботи різних партнерів та об'єднати все це однією загальною ідеєю. Тому визначимо основні етапи розробки мобільного додатку «Kyiv for Rest» (рисунок 7).



**Рис. 7. Основні етапи розробки мобільного додатку «Kyiv for Rest»**

*1. Бізнес-аналіз*

На цьому етапі формується ідея створення мобільного додатку «Kyiv for Rest». В першу чергу потрібно відповісти на питання: «Навіщо?». Яких цілей ми плануємо досягти за допомогою мобільного додатку. Та яка мета: продавати, або ж створити іміджевий проект?



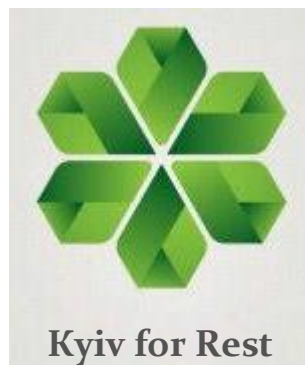
На всі ці питання ми вже відповіли, та зазначити, що основною ідеєю створення мобільного додатку «Kyiv for Rest» є не продавати, а підвищити інформативність та популяризувати туристичну дестинацію місто Київ, сформувати смарт-дестинацію, оптимізувати туристичні потоки та створити позитивний економічно-соціальний ефект.

### *2. Проектування*

Створення карти, що демонструє всі функціональні особливості, і прототипи, які відображають всі екрани додатку і схему переходів до них.

### *3. Дизайн*

Створення дизайну всіх екранів та промальовуються різні стани для всіх сценарії. В свою чергу ми можемо запропонувати таку ідею дизайну, в основу якої покладено символ столиці України – каштановий лист (рис.8).



**Рис. 8. Приклад дизайну мобільного додатку «Kyiv for Rest»**

### *4. Розробка*

Процес створення та наповнення додатку. На цьому етапі замовник активно долучається до розробки та вносить свої корективи.

### *5. Тестування*

Додаток передається для тестування, встановлюється на тестові пристрої, і працює в точності так само, як якщо б було завантажено з Google.Play та AppStore. Всі невідповідності виправляються на цьому етапі.

### *6. Запуск*

Додаток передається в Google.Play та AppStore на аналіз. Приймання до Google.Play займає не більше доби, процес приймання до AppStore займає не менше тижня. Після запуску та публікації додатку останнім етапом є підтримка.

Детально проаналізувавши етапи створення мобільного додатку перейдемо до оцінки витрат на створення мобільного додатку (*додаток А*), та наповнення його необхідними функціями, також варто зазначити, що основою мобільного додатку такого рівня повинен бути також розроблений сайт.

Отже всього витрати на створення мобільного додатку становлять 444300 грн. Тому можемо зробити висновок, що така сума для державного замовлення, не є великою, аналізуючи надходження до місцевого бюджету від сфери туризму. Додаток буде абсолютно безкоштовним для завантаження туристами.

Ще однією важливою складовою проекту «Kyiv for Rest» є створення туристичної картки. Отже мобільний додаток та туристична картка будуть об'єднані одною ідеєю, вони можуть використовуватися як в парі так і незалежно один від одного.

### **Створення туристичної картки «Kyiv for Rest»**

Одною зі складових проекту «Kyiv for Rest» є створення туристичної картки, адже прагнення заощадити абсолютно природно для кожної людини. Особливо актуально це для подорожей, коли незнання і мовний бар'єр не дозволяють туристу дізнатися про акції, спецпропозиції та про інші способи економії.

Туристична картка «Kyiv for Rest» - це смарт-карта, що дозволяє туристові відвідувати визначні пам'ятки, музеї, галереї зі знижкою, користуватися громадським транспортом, не купуючи окремі квитки та отримувати знижки в закладах харчування. Смарт-картка може використовуватися як з мобільним додатком разом так і окремо.

Туристична картка «Kyiv for Rest» створена на основі Е-квитка, але більш адаптована під туриста. Єдиний квиток це квиток створений для всіх видів громадського транспорту на основі безконтактної електронної пластикової карти. Турист може придбати QR-квиток або транспортну картку, яку варто

буде зареєструвати в кабінеті користувача. Деякий громадський транспорт вже обладнаний валідаторами – спеціальними зчитувальними пристроями. Вони розташовані біля дверей та у салоні транспорту.

Також до цієї картки можна додати мобільний додаток SIXT rent a car. На сьогоднішній день, туристи які приїжджають до Києва хочуть вільно пересуватися по місту. Але таксі не завжди вигідно. Для цього можна використовувати оренду авто. Оренда авто - відмінна штука, якщо приїхали на кілька днів у відпустку. Так, громадський транспорт розвинений добре, але автомобіль напрокат дасть максимум свободи пересування.

До уваги можна взяти компанію SIXT. У столиці є кілька пунктів прокату, розташованих в різних районах міста. Це дозволить вам вибрати найбільш зручне місце, щоб забрати свій автомобіль. Щоб скористатися нашими послугами, визначитеся, яка саме машина вам потрібна: візьміть до уваги кількість подорожуючих, можливості бюджету і мета приїзду до Києва.



Це компанія має компактні та просторі автомобілі, економічні та дорогі, які підходять для відпочинку і вирішення бізнес-завдань. Яку б категорію транспорту ви не вибрали, вони підшукають оптимальний з доступних в даному сегменті варіантів і нададуть його вчасно, в відмінному технічному стані. Крім того, співробітники дадуть відповідь на всі ваші запитання з приводу транспорту та оренди, а також, якщо побажаєте, підкажуть, що можна подивитися в місті.

Компанія має як зручний сайт, так і мобільний додаток Sixt rent a car. Додаток постійно оновлюється з використанням новітніх технологій. Воно чітко структуроване і пропонує користувачам ясні і прості функції, такі як гнучке бронювання транспортного засобу на вибір, управління бронюванням і всі вигоди від програм бонусів в численних готелях і авіалініях, які дозволяють накопичувати бали.

У додатку SIXT rent a car контекстно-залежний дизайн, тому він пропонує користувачам персоналізовану інформацію. Воно також містить технологію штрих-коду для спрощення і прискорення процесу оренди автомобіля, і є для iPhone, iPad і смартфонів на Android в більш ніж 100 країнах Sixt по всьому світу.

Додаток було включено в «Індекс кращих мобільних додатків» від MasterCard і зайняло перше місце в області оренди автомобілів. Додаток Sixt rent a car увійшло в топ 20 серед загального числа додатків унікального європейського індексу.

Основною метою створення смарт-картки туриста «Kyiv for Rest» - це економія часу та грошей активних туристів, які люблять подорожувати і розважатися. Тобто, картка разом з мобільним додатком допомагають туристу відвідати та побачити абсолютно всі туристичні та визначні місця міста Київ, познайомитись з його історією та культурою, спробувати національні страви в найкращих ресторанах та сповна насолодитися атмосферою міста.

Отже, розглянемо більш детально, що саме отримує турист придбавши таку картку (*додаток А*).

Купівля карти «Kyiv for Rest» дає право на:

- безкоштовний проїзд на міському транспорті;
- безкоштовне відвідування столичних музеїв;
- безкоштовний вхід до столичних парків;
- картка мобільного оператора;
- 20% знижки на екскурсії, організовані бюро подорожей «Relax», «Цікавий Київ»;

- отримання знижки в деяких ресторанах і кафе.

Розглянемо детальніше в яких саме закладах, столичних парках, музеях будуть надаватися знижки та безкоштовне відвідування (*додаток А*).

Туристичну карту «Kyiv for Rest» можна придбати в будь-якому туристично-інформаційному центрі на добу, два або три дні. Розглянемо детальну варіацію вартості туристичної картки залежно від терміну використання та віку туриста (*додаток А*).

Вартість картки туриста є доволі дешевою, особливо для іноземного туриста, адже основною метою створення картки «Kyiv for Rest» є не заробіток, підвищення інформативності та популяризація туристичної дестинації міста Київ, формування смарт-дестинації, оптимізація туристичних потоків та позитивний економічно-соціальний ефект.

Для оцінки доцільності розробки туристичної картки «Kyiv for Rest» визначимо вартість квитків для входу до столичних музеїв та парків, середню вартість екскурсій та середній чек закладів харчування (*додаток А*).

Отже, дослідивши цінову політику складових туристичної картки «Kyiv for Rest» можемо провести порівняння витрат туристів в м. Київ на один день без наявності картки та з картою Kyiv for Rest». Зазначимо, що в підрахунку береться середня вартість квитків для входу до музеїв та парків, також враховується знижка на екскурсійне обслуговування в розмірі 20% та на харчування – 10% (*додаток А*).

Витрати на виготовлення туристичної картки є мінімальними, враховуючи те, що це буде державним замовленням зі створенням тендеру. Все що необхідно, це подати конкурс на дизайн картки та обрати найкращий, створити QR-код та виготовити необхідну кількість пластикових карток (*додаток А*).

Дизайн туристичної картки та мобільного додатку є ідентичними, так як проект «Kyiv for Rest» пов'язаний однією ідеєю та переслідує одну і ту саму

мету. В основу дизайну картки для туриста покладено символ столиці України – каштановий лист (рисунок 9).



**Рис. 9. Приклад дизайну туристичної картки «Kyiv for Rest»**

Отже, підведемо підсумок щодо загальних витрат на створення проекту «Kyiv for Rest», що подані в таблиці (додаток А).

### **3.2 Оцінка ефективності впровадження проекту «Kyiv for Rest» в туристичну сферу м. Києва**

Однією з найважливіших якісних характеристик суспільного виробництва продукції та послуг є його ефективність, що виміряється ступенем задоволення суспільних потреб у продуктах та послугах.

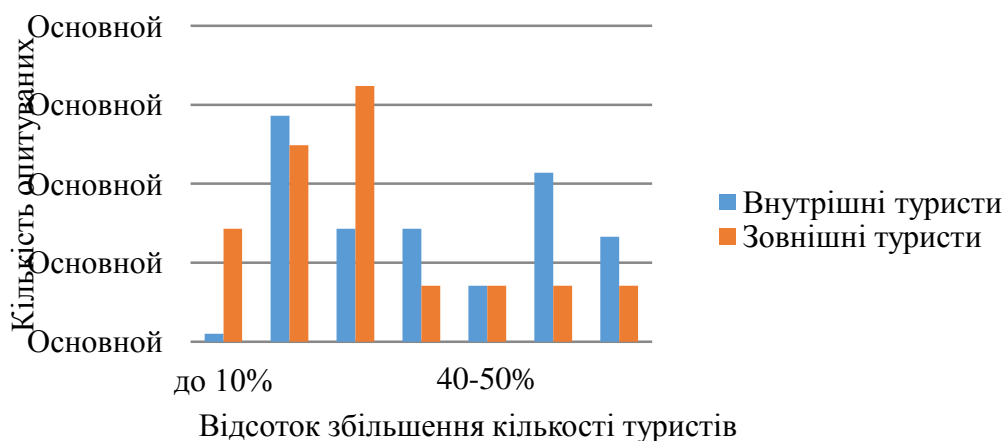
Нами було визначено основні три ефективності впровадження проекту «Kyiv for Rest» в туристичну сферу м. Києва: соціальна, економічна та культурна (додаток А).

Отже, можемо підсумувати, що в цілому можемо прогнозувати, що після введення в роботу проекту «Kyiv for Rest» основним результатом буде:

- збільшення кількості туристичних потоків до м. Київ на 20%;
- збільшення кількості робочих місць в туристичній сфері;
- розвиток суміжних галузей з туризмом (транспорт, готельно-ресторанна сфера, безпека);
- збільшення кількості грошових надходжень до місцевого бюджету від туристичної галузі;

- популяризація та створення позитивного іміджу дестинації;
- формування смарт-дестинації.

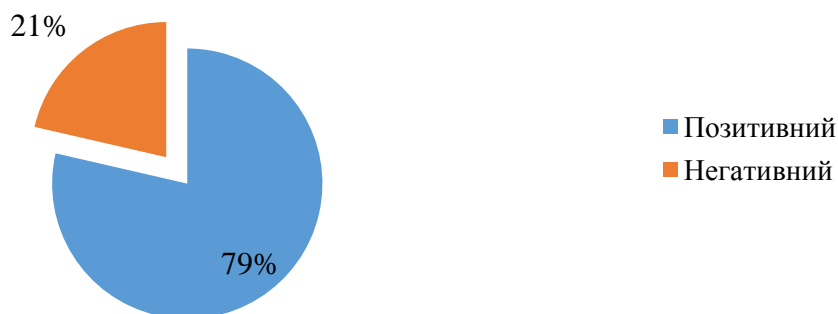
Також з метою оцінити ефективність впровадження проекту «Kyiv for Rest» в туристичну сферу м. Києва було створено анкету та проведено опитування у більше ніж 50 чоловік, які тісно пов'язані зі сферою обслуговування, в тому числі і туризмі на платформі Facebook. Тому розглянемо відповіді на основні запитання: «Як на Вашу думку, на який відсоток збільшиться кількість іноземних туристів в м. Київ після введення в роботу мобільного додатку та туристичної картки?» (рисунок 10) та питання пов'язане з тим, як вплине формування смарт-дестинації на життя міського населення м. Київ.



**Рис. 10. Відношення відсотку на який туристичні потоки збільшаються після розробки «Kyiv for Rest»**

Отже, можемо підсумувати, що на думку опитуваних, проект «Kyiv for Rest» є доволі ефективним, так як понад 30% опитуваних надали відповідь, що туристичні потоки іноземців зростуть на 20-30%, а внутрішніх на 10-20%. Так як, туристичний продукт «Kyiv for Rest» створюється та розробляється не задля заробітку, тому прогнозувати грошові потоки немає сенсу. Але можемо зазначити, що оптимізація туристичних потоків, внутрішній туристів на 10-20% та зовнішніх 20-30%, збільшують не тільки антропогенне навантаження на дестинацію, але й грошові потоки, які йдуть в місцевий бюджет від туристичної галузі.

Останнє питання пов'язане з тим, як вплине формування смарт-дестинації на життя міського населення м. Київ (рисунок 11).



**Рис. 11 Як вплине формування смарт-дестинації м. Київ на життя міського населення?**

Отже, більшість опитуваних, понад 79%, вважають що формування смарт-дестинації матиме позитивний вплив, адже це стимулює покращення роботи та введення інноваційних рішень та проектів у різні галузі: туризм, готельно-ресторанна сфера, безпека, транспорт та ін.

Тому можемо зробити висновок, що створення інтегрованого мобільного додатку та картки туриста матимуть високу ефективність, що пов'язана з: збільшенням кількості туристів як зовнішніх, так і внутрішніх; популяризація туристичної дестинації; створення позитивного іміджу м. Київ та згодом формування смарт-дестинації.

## ВИСНОВОК

Отже, концепція стійкого розвитку туризму дає інструменти і можливість окреслити модель сталого розвитку не тільки туризму але й економіки, яка розвивається не ставлячи питання щодо співвідношення пріоритетів сьогодення та майбутнього. Сьогодні пріоритетним напрямом адміністрування туристичними дестинаціями, які формуються в Україні є впровадження створення та формування смарт-дестинацій. Можемо сказати, що смарт-дестинація це середовище в якому відбувається сталеекономічне зростання туристичного бізнесу.



Одним з найяскравіших прикладів формування смарт-дестинації є Барселона – це приклад того, що новітні технології виступають важелем для сталого розвитку туристичних дестинацій. Побудова взаємовідносин між освітою, культурою та бізнесом виступає «розумною» інвестицією в майбутнє задля теперішніх та майбутніх поколінь. В цілому беручи в приклад успішну реалізацію проектів створення та розвитку смарт-дестинацій зарубіжних країн можемо зробити висновок, що в Україні є всі шанси у формуванні смарт-дестинації починаючи з великих туристичних центрів країни: Київ, Львів, Одеса.

Нами був проведений аналіз туристичного потенціалу міста Київ. Можемо підсумувати, що Київ стає все більш популярним серед іноземних туристів: за останні три роки число таких осіб майже подвоїлася. Туристи захоплюються красою київських храмів і дешевими цінами. Туристична галузь Києва впродовж останніх чотирьох років, включаючи 2019 рік характеризується позитивною та сталою динамікою.

Київ являється популярною туристичною дестинацією серед як і внутрішніх туристів, так і серед іноземців. Для вивчення стану та можливостей впровадження інтегрованих інформаційних технологій в туристичну сферу м. Києва було використано метод SWOT-аналізу за допомогою якого було визначено сильні та слабкі сторони, та досліджено можливості і загрози зовнішнього середовища.

Тому можемо зробити висновок, що Київ розвиває концепцію smart-туризму, яка набуває популярності у світі. Інтерактивні технології допомагають туристам освоювати нові маршрути, надають їм інформацію в зручному вигляді та знайомою мовою. Зараз описи доступні українською та англійською, але технології дозволяють цей список розширювати.

Основною пропозицією з метою оптимізації туристичних потоків є проект «Kyiv for Rest», що включає в себе мобільний додаток та картку туриста.

Мобільний додаток «Kyiv for Rest» буде мати безліч функцій, які є корисними та необхідними для незабутньої подорожі як для внутрішніх туристів, але особливо і для іноземців.

Для створення додатку були визначені основні партнери: сервіс вибору та купівлі квитків на відвідування музеїв, виставкових центрів, концертів та вистав та екскурсійні бюро з широким спектром вибору різноманітних екскурсій, фінансові установи для проведення оплати, заклади харчування, державні органи влади та туристичні центри.

Одною зі складових проекту «Kyiv for Rest» є створення туристичної картки, адже прагнення заощадити абсолютно природно для кожної людини. Особливо актуально це для подорожей, коли незнання і мовний бар'єр не дозволяють туристу дізнатися про акції, спецпропозиції та про інші способи економії.

Тому в цілому можемо підсумувати, що наведенні інновації спрямовані на формування смарт-дестинації, що в свою чергу дає змогу отримувати позитивний економічний і соціальний ефект, популяризує туристичну дестинацію, створює імідж країни та регулює туристичні потоки.

### Список використаних джерел

1. [http://tourlib.net/statti\\_ukr/myronov16.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/myronov16.htm)
2. [http://tourlib.net/statti\\_ukr/tunyk3.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/tunyk3.htm)
3. [https://www.researchgate.net/publication/315841603\\_Ukrainskij\\_turisticnij\\_im\\_idz\\_na\\_miznarodnomu\\_rinku\\_problemi\\_ta\\_perspektivi\\_rozvitku](https://www.researchgate.net/publication/315841603_Ukrainskij_turisticnij_im_idz_na_miznarodnomu_rinku_problemi_ta_perspektivi_rozvitku)
4. [https://www.researchgate.net/publication/315840680\\_Smart-misto\\_innovacijna\\_turisticna\\_destinacia](https://www.researchgate.net/publication/315840680_Smart-misto_innovacijna_turisticna_destinacia)
5. <http://global-national.in.ua/archive/13-2016/48.pdf>
6. <https://rb.ru/list/smartest-cities/>
7. <https://iotconf.ru/ru/article/etaloni-smart-siti-5-samih-umnih-gorodov-mira-52752>
8. [http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/3\\_14\\_uk/51.pdf](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/51.pdf)

### Характеристика функцій мобільного додатку «Kyiv for Rest»

№	Функція	Характеристика
1.	Карти	Офлайн-доступ до деталізованих карт. Також для туриста буде створення карта з всіма туристично-інформаційними центрами та сувенірними лавками. Функція побудови маршрутів з урахуванням використання громадського транспорту, велосипеда або ж для пішої прогулянки. Зазначенням великої кількості різних закладів і цікавих туристичних місць, до яких також можна побудувати маршрут.
2.	Карта ТІЦ та сувенірних лавок	
3.	Пошук закладів харчування та відпочинку	
4.	Туристичні екскурсії, музеї	Великий вибір екскурсійних програм різної тематики, тривалості та насиченості. Можливість порівнювати ціни, бронювати та купувати екскурсійні тури, також можливість придбати квитки до музеїв. (Онлайн-доступ)
5.	Квитки на відвідування виставкових центрів, концертів та вистав	В додатку є все необхідне для того, щоб організувати цікавий та насичений відпочинок. Турист має змогу обрати цікавий для нього культурний захід та придбати на нього квиток. (Онлайн-доступ)
6.	Перекладач	Для іноземців додаток також містить перекладач, з метою максимального спрощення спілкування з міським населенням. (Онлайн-доступ)
7.	Відгуки та оцінка	Можливість читати аналізувати відгуки про туристичні місця, а також і самому залишати відгук та виставляти оцінку. (Онлайн-доступ)

### Партнери мобільного додатку «Kyiv for Rest»

«Relax» – це супермаркет відпочинку та розваг. Дана платформа надає широкий спектр послуг, що наведені в таблиці.

Екскурсійне бюро «Цікавий Київ» також налічує різноманітні екскурсія, але в мобільному додатку «Kyiv for Rest» основним призначенням цієї платформи є надання послуг з вибору музеїв, екскурсій по ним, бронювання та купівлі квитків. Також дана платформа час від часу надає знижки на квитки до

музеїв та розміщує музеї до яких вхід взагалі є безкоштовним. Музей можна обрати за допомогою таких фільтрів як: ціна, розміщення та тематика.

«Relax» – це супермаркет відпочинку та розваг. Дана платформа надає широкий спектр послуг, що наведені в таблиці.

### Спектр екскурсійних послуг туристичного бюро «Relax»

<i>Види екскурсій</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Цінова політика</i>
Популярні екскурсії	<p>«Загадки і таємниці Межигір'я» - можливість побачити розкіш резиденції колишнього президента і відчутти енергетику одного з найдавніших центрів християнства на території України.</p> <p>Пішохідні екскурсії по Києву - це цікаві прогулянки по таким рідним і затишними вулицями. Найбільш популярні такі пропозиції:</p> <p>«На вихідні до Києва!» - найпопулярніший напрям для гостей столиці. «Секретний Київ» - можливість дізнатися найпотаємніші секрети міста, таємничі моменти в історії.«Екскурсія по Подолу з дегустацією пива».</p>	<p>до 100 грн. до 250 грн. до 500 грн. до 1000 грн. від 1000 до 2000 грн. від 2000 до 3000 грн. від 3000 грн.</p>
Екскурсії по історичним місцям	Подорож в історію Києва та тури по 7 історичних пам'яток Києва: Києво-Печерська Лавра; Андріївський Узвіз; Андріївська церква; Софійський собор; Золоті ворота; Миколаївський костел.	до 500 грн не включаючи індивідуальні тури
Пішохідні екскурсії	Цікаві пішохідні екскурсії по Києву - відмінний спосіб познайомитися з містом. Тому «Relax» надає можливість відшукати пішохідні екскурсії по Києву на найвибагливіший смак.	до 500 грн не включаючи індивідуальні тури
Автобусні екскурсії	Оглядова автобусна екскурсія по Києву продемонструє гостям сім столичних чудес. Починаються автобусні екскурсії по Києву від залізничного вокзалу і тривають до трьох годин, що дозволить вам з максимальною користю провести своє дозвілля. Екскурсійні автобуси комфортабельні і оснащені гучним зв'язком.	від 300 до 1500грн не включаючи індивідуальні тури
Індивідуальні екскурсії	Традиційні або оригінальні маршрути відразу заграють новими несподіваними фарбами. Індивідуальні екскурсії по Києву зацікавлять гостей і столичних жителів. Незвичайний спосіб ближче пізнати місто допоможе переїнятися його таємницями і атмосферою.	від 1000 до 2000 грн. від 2000 до 3000 грн. від 3000 грн.

Можемо зробити висновок, що спектр екскурсійних послуг туристичного бюро «Relax» є доволі широким, та буде доречним як для економних туристів так і для VIP-туристів. Також є можливість замовити англomовну екскурсію, що є важливим моментом саме для іноземних туристів.

### Розрахунок витрати на створення мобільного додатку «Kyiv for Rest»

№	Тип витрат	Сума, грн.
1.	Створення сайту-платформи	166300
2.	Розробка мобільного додатку:	278000
Всього:		444300

### Основні складові туристичної картки «Kyiv for Rest»



### Функції та партнери туристичної картки «Kyiv for Rest»

№	Функція	Туристичні місця
1.	Безкоштовний проїзд на міському транспорті	Автобуси, тролейбуси, трамваї, метро
2.	Безкоштовне відвідування 10 столичних музеїв	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Національний музей історії України;</li> <li>- Музей історичних коштовностей України;</li> <li>- Музей «Золоті Ворота»;</li> <li>- Музей Великої Вітчизняної війни;</li> <li>- Національний музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків;</li> <li>- Музей Однієї Вулиці;</li> <li>- Музей Вишивки;</li> <li>- Аптека-музей;</li> <li>- Національний музей «Чорнобиль»;</li> </ul>
3.	Безкоштовний вхід до столичних парків	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Парк «Феофанія»;</li> <li>- Парк-музей народної архітектури та побуту України «Пирогово»;</li> <li>- Парк «Мамаєва Слобода»;</li> <li>- Ботанічний сад ім. А.В. Фомина.</li> </ul>
4.	Картка мобільного оператора	Компанія «Vodafone Україна»
5.	20% знижки на екскурсії	Екскурсії бюро подорожей «Relax», «Цікавий Київ»
6.	Отримання 10% знижки в закладах харчування	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Спотикач (кухня: українська);</li> <li>- Petrus-ь (кухня: європейська, українська, закарпатська);</li> <li>- Варву (кухня: українська);</li> <li>- Гра З Вогнем (кухня: європейська, українська);</li> <li>- Хатинка (кухня: українська);</li> <li>- Діканька (кухня: українська);</li> <li>- Корчма Тарас Бульба(кухня: українська);</li> <li>- This is Пивбар (кухня: європейська, українська);</li> <li>- Хуторець На Дніпрі (кухня: європейська, українська).</li> </ul>

### Вартості картки туриста «Kyiv for Rest»

	Вартість, грн.		
	1 день	2 дня	3 дня
Діти до 2 років	Безкоштовно		
Діти до 12 років	150	250	400
Дорослі	250	400	550

Якщо турист купуватиме навіть одноденну картку «Kyiv for Rest» і відвідає одні з головних пам'яток, то все одно заощадить як мінімум 20-30% своїх коштів та познайомиться з містом більш детально та поглиблено. Є два варіанти придбати «Kyiv for Rest», а саме: купити електронну карту «Kyiv for Rest» або пластикову картку. В випадку купівлі електронної картки відразу після оплати турист отримує посилання на завантаження мобільного додатку «Kyiv for Rest». У ньому можна активізувати свій пропуск до туристичної картки. Та тепер турист має можливість показувати пропуск на екрані свого смартфона при вході. Така сама система працює для входу до музеїв, ботанічних та музейних парків та для громадського транспорту.

### Вартість туристичного обслуговування картки «Kyiv for Rest»

№	Туристичні місця	Вартість, грн
Музеї		
1.	Національний музей історії України	50
2.	Музей історичних коштовностей України	50
3.	Музей «Золоті Ворота»	20
4.	Музей Великої Вітчизняної війни	30
5.	Національний музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків	50
6.	Музей Однієї Вулиці	50
7.	Музей Вишивки	30



Продовження таблиці

8.	Аптека-музей	30
9.	Національний музей «Чорнобиль»	30
Парки		
1.	Парк «Феофанія»	30
2.	Парк-музей народної архітектури та побуту України «Пирогово»	50
3.	Парк «Мамаєва Слобода»	120
4.	Ботанічний сад ім. А.В. Фомина	50
Середня вартість екскурсії		150
Середній чек в закладах харчування		350
Проїзд (вартість за одну поїздку)		8
Картка мобільного оператора «Vodafone Україна»		25

Отже, було наведено широкий спектр сервісу, який надаватиметься власнику туристичної карти, а саме: понад 10 різноманітних столичних музеїв, що є пізнаваними та популярними серед туристів, найбільшій парки столиці, заклади харчування для кожного на свій смак. Турист також отримує картку мобільного оператора «Vodafone Україна», для можливості здійснювати дзвінки по місцевості та закордон. Необхідно зазначити, що при купівлі картки, турист обов'язково отримує додаток у друкованому вигляді, в якому на двох мовах, українській та англійській, буде розписано, в яких туристичних місцях та закладах туристові будуть надаватися знижки на харчування, безкоштовний вхід до парків та музеїв.

**Витрати туриста в м. Київ на один день без наявності картки та з карткою  
Kyiv for Rest»**

№	Функція	Витрати без картки, грн.	Витрати з туристичною карткою на день, грн..
1.	Проїзд у громадському транспорті (15 поїздок/день)	120	Включено в вартість картки
2.	Вхід до музеїв (3/день, середня вартість)	114	Включено в вартість картки
3.	Вхід до парків (1/день, середня вартість)	63	Включено в вартість картки
5.	Екскурсія (1/день)	150	120
6.	Харчування (3 рази/день)	1050	945
7.	Карта мобільного оператора	25	Включено в вартість картки
Всього		1522	1315

**Розрахунок витрати на створення мобільного додатку  
«Kyiv for Rest»**

№	Тип витрат	Сума, грн.
1.	Виготовлення пластикових карток (5000 шт)	63300
2.	Друкований додаток (5000 шт)	1159
Всього		64459

Середня вартість виготовлення пластикової картки в тиражі 5000 примірників становить 63300 грн., друкований додаток в тиражі 5000 штук дорівнює 1159 грн. Тому загальні витрати на виготовлення карк становлять 64459 грн.

### Загальні витрати на створення проекту «Kyiv for Rest»

№	Тип витрат	Сума, грн.
1.	Створення сайту-платформи	166300
2.	Розробка мобільного додатку:	278000
3.	Виготовлення пластикових карток (5000 шт)	63300
4.	Друкований додаток (5000 шт)	1159
5.	Реклама: - контекстна; - друковані вивіски.	4700 3200
Всього		516659

Отже, можемо зробити висновок, що для реалізації проекту необхідно 516659 грн., що включає розробку мобільного додатку та сайту, створення карток та друкованих додатків, і звичайно рекламу контекстну та друковані вивіски. Вихідним результатом буде формування позитивного іміджу, оптимізація туристичних потоків та популяризація смарт-дестинації.

### Ефективність впровадження проекту «Kyiv for Rest»

№	Ефективність	Характеристика
1.	Соціальна	<ul style="list-style-type: none"> <li>- створення нових робочих місць в сфері туризму;</li> <li>- удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму;</li> <li>- залучення населення до популяризації туризму;</li> <li>- популяризація туристичної дестинації м. Київ;</li> <li>- створення позитивного іміджу столиці;</li> <li>- покращення роботи суміжних галузей с туризмом (транспорт, безпека, екологія).</li> </ul>

*Продовження таблиці*

2.	Економічна	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ефективне використання наявної і створення нової ресурсної бази туризму;</li> <li>-збільшення валютних надходжень до міського бюджету та отримання прибутку суб'єктами туризму;</li> <li>-кооперування засобів туристичної діяльності;</li> <li>-формування смарт-дестинації.</li> </ul>
3.	Культурна	<ul style="list-style-type: none"> <li>-підвищення мовної доступності іноземців до туристичних пам'яток культурної спадщини України;</li> <li>-QR-кодування пам'яток культури;</li> <li>-створення інтерактивних екскурсійних маршрутів;</li> <li>-забезпечення підтримки та подальшого розвитку музеїв, парків м. Київ;</li> <li>-залучення засобів мас-медіа до інформування та популяризації найкращих пам'яток культурної спадщини.</li> </ul>