

В сучасних мовах функціонування сфери туризму залежить від швидкого та безперервного обміну інформацією, що є одним з ключових переваг забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів ринку туристичних послуг. Дана ситуація обумовлена потребою у зміні способів та засобів туристичного обслуговування, формування та забезпечення каналів взаємозв'язку з партнерами та споживачами суб'єктів туристичної діяльності, а також потребою у впровадженні нових інноваційних технологій для забезпечення стійкого розвитку туризму, що й обумовлює використання smart-технологій.

На сьогодні спостерігається трансформація інформаційної складової суспільства та формування економіки знань. А туризм як одна з найбільш суспільно орієнтованих сфер економіки вимагає зміни векторів розвитку та пріоритетності з бік інноваційної складової в процесі надання туристичних послуг, поліпшення комунікацій зі споживачами за рахунок впровадження та використання якісно нових підходів управління містами та підприємствами сфери туризму. Саме тому впровадження технологій Smart City взаємопов'язане і орієнтоване в першу чергу на розвиток туризму, відповідно дедалі більше впроваджуються концепції Smart Tourism Destinations (STD) – розумні туристичні напрямки.

Концепція Smart Tourism Destinations базується на використанні ефекту синегії між інноваційними чутливими технологіями Smart City та їх соціальною складовою для підтримки туристичного досвіду. Впровадження та використання Smart Tourism Destinations для задоволення потреб туристів до, в процесі та під час туристичної подорожі в тому чи іншому місті дозволить підвищити його рівень конкурентоспроможності.

Варто зауважити, що реалізація на практиці проектів Smart City в першу чергу передбачає впровадження нових технологій в різні сфери життєдіяльності міста і в першу чергу орієнтований на його туристичну складову (SMART розшифровувалися як social, modern, art, research, tourist), проте дана концепція має наметі розвивати населений пункт не лише як туристичну дестинацію, а як такий інноваційно орієнтований, прогресивний, який впроваджує ІТ-технології і нові підходи до управління та розвитку.

Отже, доцільно зробити висновок, що Smart-технології спрямовані на задоволення потреб туристів шляхом об'єднання інформаційних комунікаційних технологій з інноваціями в туризмі, що має на меті підвищити якість обслуговування, створити інтерактивну платформу, що міститиме інформацію стосовно туристичних ресурсів, відомостей суб'єкти туристичної діяльності.

Список використаних джерел

1. Туник О.М. Smart-туризм: новітні технології та виклики сучасності: матеріали VI Міжнародної науково-теоретичної конференції молодих учених, аспірантів, студентів «Творчий пошук молоді – курс на ефективність», (Хмельницький, 25 лютого 2015 р.). – ХКТЕІ. – С.401-402.
2. Su, K., Li, J., & Fu, H. (2011). Smart city and the applications. Proceedings of 2011 International Conference on Electronics, Communications and Control (ICECC),
3. Zhejiang (pp. 1028–1031). Bakıcı, T., Almirall, E., & Wareham, J. (2013). A smart city initiative: The case of Barcelona. Journal of the Knowledge Economy, 4(2), 135–148.