

АВРЯГА АНДРІЙ, здобувач PhD

Науковий керівник — **ЗАЇКА СВІТЛАНА**, к.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування
Державний біотехнологічний університет, м. Харків

СМАРТ-ТУРИЗМ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

На сьогодні цифрова трансформація є одним із головних чинників, що визначає розвиток підприємств у різних сферах економіки, зокрема в галузі туризму. В сучасних умовах глобалізації та технологічного прогресу туристичні підприємства змушені пристосовуватися до постійних змін на ринку та інтегрувати новітні інформаційні технології в усі аспекти своєї діяльності.

Нині інноваційні технології активно впливають на всі етапи туристичної подорожі – від планування та бронювання до безпосереднього обслуговування туристів під час подорожі та після її завершення. При цьому, однією з найбільш перспективних концепцій, що поєднує цифровізацію та сталий розвиток туризму, є концепція смарт-туризму.

Термін «смарт-туризм» (розумний туризм) почав активно застосовувати на початку ХХІ ст. завдяки Г. Філіппсу [1], який вперше використав це поняття, характеризуючи його як цілісний підхід до управління туристичними продуктами й бізнесом. Основними характеристиками смарт туризму, за його визначенням, є довгострокове планування, ефективний розвиток, оптимізоване функціонування та маркетинг, що враховує сучасні технологічні й суспільні проблеми.

Г. Філіппс акцентував увагу на двох основних аспектах розумного туризму. Перший - це «розумний попит», який передбачає використання методів управління, що дозволяють регулювати попит на туристичні послуги та ефективно управляти доступом до туристичних ресурсів. Другий аспект - це «розумний маркетинг», який передбачає застосування сучасних маркетингових технологій та стратегій, орієнтованих на певні сегменти клієнтів. Завдяки аналізу споживчої поведінки, смарт туризм дозволяє доставляти цільові повідомлення, що максимально відповідають очікуванням різних груп туристів. Таким чином, кожен сегмент отримує пропозиції, адаптовані під його потреби, що підвищує загальну задоволеність туристичними послугами.

Всесвітня туристична організація визначила «смарт туризм» як чистий, екологічний, етичний і якісний туризм на всіх рівнях ланцюга надання послуг [3]. Цей підхід акцентує увагу на екологічності та етичних аспектах ведення туристичного бізнесу, що відповідає сучасним тенденціям збереження природних ресурсів. Однак, на практиці туризм все частіше сприймається саме як цифровий туризм, основним інструментом якого є інноваційні цифрові технології, що сприяють ефективному управлінню попитом і спрощенню доступу до туристичних послуг.

На думку дослідників [2, 4, 5], поняття «смарт туризм» виходить далеко за межі простого впровадження технологій. Смарт туризм передбачає



використання мобільних і цифрових рішень для створення інтелектуальних взаємодій між туристами та туристичними DESTINAЦІЯМИ. Це не лише форма споживання туристичних продуктів, але й прояв глибокої громадської активності, коли турист стає не лише пасивним споживачем послуг, а й активним учасником розвитку туристичної галузі.

Отже, смарт туризм – це сучасний підхід до організації туристичних послуг, що спрямований на ефективне використання інноваційних технологій для покращення обслуговування туристів та оптимізації ресурсів. Він передбачає інтеграцію інформаційних і комунікаційних технологій з розвитком «розумних» міст, що дозволяє підвищити якість туристичного досвіду, зробити його більш персоналізованим і зручним для мандрівників.

Слід зазначити, що, попри значний прогрес у впровадженні старт технологій у туризм, багато туристів і досі обмежують своє розуміння смарт туризму лише наданням інформаційних послуг. Проте, насправді, смарт туризм кардинально змінює певні характеристики туристичної індустрії. Насамперед, відбувається трансформація туристичних інформаційних систем, яка охоплює оптимізацію процесів планування та проведення турів, зміну систем пошуку й надання інформації, а також значний вплив на моделі поведінки туристів.

Завдяки впровадженню цифрових технологій, інформація про туристичні продукти стає не лише доступнішою, але й персоналізованою. Туристичні агенції більше не обмежуються традиційними методами реклами через телебачення чи друковані матеріали. Сучасні туристи можуть отримувати миттєву та релевантну інформацію через Інтернет і мобільні додатки, що надають їм можливість ознайомитися з деталями туру, очікуваними витратами та графіками роботи культурних установ. Смарт туризм забезпечує туристам можливість «відвідати» місце відпочинку у віртуальній реальності ще до початку подорожі, що дозволяє краще планувати свої поїздки.

Інновації також впливають на поведінкові моделі туристів. Завдяки мобільним додаткам і онлайн-сервісам туристи можуть коригувати свої плани навіть у процесі подорожі: змінювати маршрути, додавати нові атракції або отримувати актуальну інформацію про місце перебування. Важливим елементом сучасної поведінки туристів є також їхня активність у соціальних мережах, де вони діляться враженнями, фотографіями та досвідом подорожей, використовуючи геолокаційні сервіси для створення персоналізованих карт подорожей.

Важливою рисою смарт туризму є зміни, що стосуються управління туристичними підприємствами та їх взаємодії з клієнтами. Використання програмного забезпечення для смартфонів дозволяє туристичним підприємствам краще розуміти потреби споживачів, аналізувати попит та пропонувати індивідуальні рішення для кожного клієнта. Це інтерактивний двосторонній потік інформації між туристами та підприємствами, що дозволяє надавати більш релевантні послуги та пропозиції. Крім того, широке використання технології RFID в туристичній індустрії значно спрощує процеси реєстрації, оплати та доступу до різних послуг, роблячи перебування туристів



більш комфортним.

Отже, старт туризм – це не просто тренд, а нова парадигма розвитку туристичної індустрії. Він об'єднує в собі технологічні інновації, сталий розвиток та орієнтацію на потреби сучасного туриста. Впровадження старт технологій забезпечує тіснішу взаємодію між туристами та туристичними підприємствами, дозволяє збільшувати рівень персоналізації послуг, а також сприяє розвитку туристичних дестинацій та підвищенню їх конкурентоспроможності на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Phillips S. G. The tourism industry association of Canada [EB/OL]. URL: www.slideshare.com.
2. Suanpang P., Netwong T., Chunhapatragul T. Smart tourism destinations influence a tourist's satisfaction and intention to revisit. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(S1), 2021. 1-10.
3. Комітет UNWTO зі стійкості до туризму наголошує на необхідності «розумного туризму». URL: <https://sdg.iisd.org/news/unwto-tourism-resilience-committee-stresses-need-for-smart-tourism/>.
4. Нікітенко К. Цифровізація як нова парадигма управління розвитком туризму. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (20), 2024. 314-320. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.20.37>.
5. Ящишина І.В. Реалізація концепції смарт-туризму: світовий досвід та вітчизняна практика. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2019. № 14. 54-59. DOI: [https://doi.org/10.25264/2311-5149-2019-14\(42\)-54-59](https://doi.org/10.25264/2311-5149-2019-14(42)-54-59).



АВРЯГА АНДРІЙ, здобувач PhD

Науковий керівник — **ЗАЇКА СВІТЛАНА**, к.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування
Державний біотехнологічний університет, м. Харків

СМАРТ-ТУРИЗМ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

На сьогодні цифрова трансформація є одним із головних чинників, що визначає розвиток підприємств у різних сферах економіки, зокрема в галузі туризму. В сучасних умовах глобалізації та технологічного прогресу туристичні підприємства змушені пристосовуватися до постійних змін на ринку та інтегрувати новітні інформаційні технології в усі аспекти своєї діяльності.

Нині інноваційні технології активно впливають на всі етапи туристичної подорожі – від планування та бронювання до безпосереднього обслуговування туристів під час подорожі та після її завершення. При цьому, однією з найбільш перспективних концепцій, що поєднує цифровізацію та сталий розвиток туризму, є концепція смарт-туризму.

Термін «смарт-туризм» (розумний туризм) почав активно застосовувати на початку ХХІ ст. завдяки Г. Філіппсу [1], який вперше використав це поняття, характеризуючи його як цілісний підхід до управління туристичними продуктами й бізнесом. Основними характеристиками смарт туризму, за його визначенням, є довгострокове планування, ефективний розвиток, оптимізоване функціонування та маркетинг, що враховує сучасні технологічні й суспільні проблеми.

Г. Філіппс акцентував увагу на двох основних аспектах розумного туризму. Перший - це «розумний попит», який передбачає використання методів управління, що дозволяють регулювати попит на туристичні послуги та ефективно управляти доступом до туристичних ресурсів. Другий аспект - це «розумний маркетинг», який передбачає застосування сучасних маркетингових технологій та стратегій, орієнтованих на певні сегменти клієнтів. Завдяки аналізу споживчої поведінки, смарт туризм дозволяє доставляти цільові повідомлення, що максимально відповідають очікуванням різних груп туристів. Таким чином, кожен сегмент отримує пропозиції, адаптовані під його потреби, що підвищує загальну задоволеність туристичними послугами.

Всесвітня туристична організація визначила «смарт туризм» як чистий, екологічний, етичний і якісний туризм на всіх рівнях ланцюга надання послуг [3]. Цей підхід акцентує увагу на екологічності та етичних аспектах ведення туристичного бізнесу, що відповідає сучасним тенденціям збереження природних ресурсів. Однак, на практиці туризм все частіше сприймається саме як цифровий туризм, основним інструментом якого є інноваційні цифрові технології, що сприяють ефективному управлінню попитом і спрощенню доступу до туристичних послуг.

На думку дослідників [2, 4, 5], поняття «смарт туризм» виходить далеко за межі простого впровадження технологій. Смарт туризм передбачає



використання мобільних і цифрових рішень для створення інтелектуальних взаємодій між туристами та туристичними DESTINAЦІЯМИ. Це не лише форма споживання туристичних продуктів, але й прояв глибокої громадської активності, коли турист стає не лише пасивним споживачем послуг, а й активним учасником розвитку туристичної галузі.

Отже, смарт туризм – це сучасний підхід до організації туристичних послуг, що спрямований на ефективне використання інноваційних технологій для покращення обслуговування туристів та оптимізації ресурсів. Він передбачає інтеграцію інформаційних і комунікаційних технологій з розвитком «розумних» міст, що дозволяє підвищити якість туристичного досвіду, зробити його більш персоналізованим і зручним для мандрівників.

Слід зазначити, що, попри значний прогрес у впровадженні старт технологій у туризм, багато туристів і досі обмежують своє розуміння смарт туризму лише наданням інформаційних послуг. Проте, насправді, смарт туризм кардинально змінює певні характеристики туристичної індустрії. Насамперед, відбувається трансформація туристичних інформаційних систем, яка охоплює оптимізацію процесів планування та проведення турів, зміну систем пошуку й надання інформації, а також значний вплив на моделі поведінки туристів.

Завдяки впровадженню цифрових технологій, інформація про туристичні продукти стає не лише доступнішою, але й персоналізованою. Туристичні агенції більше не обмежуються традиційними методами реклами через телебачення чи друковані матеріали. Сучасні туристи можуть отримувати миттєву та релевантну інформацію через Інтернет і мобільні додатки, що надають їм можливість ознайомитися з деталями туру, очікуваними витратами та графіками роботи культурних установ. Смарт туризм забезпечує туристам можливість «відвідати» місце відпочинку у віртуальній реальності ще до початку подорожі, що дозволяє краще планувати свої поїздки.

Інновації також впливають на поведінкові моделі туристів. Завдяки мобільним додаткам і онлайн-сервісам туристи можуть коригувати свої плани навіть у процесі подорожі: змінювати маршрути, додавати нові атракції або отримувати актуальну інформацію про місце перебування. Важливим елементом сучасної поведінки туристів є також їхня активність у соціальних мережах, де вони діляться враженнями, фотографіями та досвідом подорожей, використовуючи геолокаційні сервіси для створення персоналізованих карт подорожей.

Важливою рисою смарт туризму є зміни, що стосуються управління туристичними підприємствами та їх взаємодії з клієнтами. Використання програмного забезпечення для смартфонів дозволяє туристичним підприємствам краще розуміти потреби споживачів, аналізувати попит та пропонувати індивідуальні рішення для кожного клієнта. Це інтерактивний двосторонній потік інформації між туристами та підприємствами, що дозволяє надавати більш релевантні послуги та пропозиції. Крім того, широке використання технології RFID в туристичній індустрії значно спрощує процеси реєстрації, оплати та доступу до різних послуг, роблячи перебування туристів



більш комфортним.

Отже, старт туризм – це не просто тренд, а нова парадигма розвитку туристичної індустрії. Він об'єднує в собі технологічні інновації, сталий розвиток та орієнтацію на потреби сучасного туриста. Впровадження старт технологій забезпечує тіснішу взаємодію між туристами та туристичними підприємствами, дозволяє збільшувати рівень персоналізації послуг, а також сприяє розвитку туристичних дестинацій та підвищенню їх конкурентоспроможності на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Phillips S. G. The tourism industry association of Canada [EB/OL]. URL: www.slideshare.com.
2. Suanpang P., Netwong T., Chunhapatragul T. Smart tourism destinations influence a tourist's satisfaction and intention to revisit. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(S1), 2021. 1-10.
3. Комітет UNWTO зі стійкості до туризму наголошує на необхідності «розумного туризму». URL: <https://sdg.iisd.org/news/unwto-tourism-resilience-committee-stresses-need-for-smart-tourism/>.
4. Нікітенко К. Цифровізація як нова парадигма управління розвитком туризму. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (20), 2024. 314-320. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.20.37>.
5. Ящишина І.В. Реалізація концепції смарт-туризму: світовий досвід та вітчизняна практика. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2019. № 14. 54-59. DOI: [https://doi.org/10.25264/2311-5149-2019-14\(42\)-54-59](https://doi.org/10.25264/2311-5149-2019-14(42)-54-59).

