

УДК 338.2

ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

Вовк К.М., аспірант I року навчання Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — Сучасний світ сьогодні розвивається та функціонує за умов поширення процесу глобальної інтеграції, який і виступає основним критерієм, принципом та інституційним механізмом його розвитку [1]. Кінець ХХ початок ХХІ сторіччя відзначився формуванням нової сфери, яку прогнозував В.І. Вернадський – інформаційної сфери. Глобальна мережа Інтернет зараз поєднує не тільки безпосередніх користувачів, але й об'єкти і пристрої, що забезпечують життєдіяльність сучасного суспільства. За цих умов розвиток туристичної галузі, зокрема подієвого туризму, є неможливими без використання інструментарію інтернет-технологій.

Ключові слова — контент подій, , подієвий туризм, смарт-туризм, SMART City.

Починаючи з 2008 року, число об'єктів інфраструктури, підключених до мережі інтернет, перевищила кількість інтернет-користувачів, і ця цифра до 2020 р досягне 50 млрд.[2]. Згідно даних Gartner, до 2020 року кількість пристроїв-користувачів Інтернету становитиме понад 26 млрд, а доходи від продажу устаткування, програмного забезпечення та послуг становитимуть 1,9 трлн дол. США [3].

У 2009 році в інаугураційній промові Президент Обама акцентував увагу на комплексному підході щодо розвитку країни, і як, наслідок, була сформована концепція Smart Planet [4].

У Франції йде впровадження розробленої стратегії на 2014-2020 рр. «Відкриті та розумні послуги – Six City», до якої залучені найбільші міста - Фінляндії: Гельсінкі, Еспоо, Вантаа, Тампере, Турку і Оулу, де проживає близько 30% населення [5]. Стратегія "Шість міст" має три основні напрямки: відкриті інноваційні платформи,

відкриті дані та інтерфейси, відкрита участь та залучення клієнтів. Трирічні проекти спрямовують до кожної з цих фокусних областей та включають усі шість міст. Основною метою даної стратегії є підвищення конкурентоздатності території за рахунок інновацій.

У Києві затверджено Концепцію Київ «Смарт-сіті» 2020, основними пріоритетами якої визначено комунальні послуги, транспорт, інноваційне середовище, медицину та е-урядування. Однак, концепція фактично не передбачає формування чіткої системи взаємодії з туристами, хоча серед прагнень у реалізації концепції визначено розвиток внутрішнього і міжнародного туризму з використанням смарт-рішень та смарт-технологій.

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)»[6]

Суспільство починає жити в світі розумних речей. Термін "інтернет речей" ("internet of things" -IoT) вперше був сформульований 1999 році «піонером технологій» Кевіном Ештоном [7]. Саме поняття являє собою цілу концепцію комунікаційної мережі об'єктів ("речей"), які мають технології для взаємодії між собою та з оточуючим середовищем.

Відбувається трансформація суспільства: перехід на іншу ступінь спілкування, інший рівень досліджень, інша поведінка споживача та його очікування. Інтенсивне використання та впровадження ІТ технологій в повсякденне життя дозволяє прогнозувати перехід від традиційної форми економічних взаємовідносин до смарт-економіки.

Зокрема інновації в туризмі сприяють розвитку нових ідей, нових напрямків розвитку, підвищення конкурентоздатності території. За цих умов все більш актуальним є смарт-туризм, (інтелектуальний туризм). Термін "розумний туризм" в західних країнах вживався ще до 2000 р., коли Гордон Філліпс визначив розумний туризм як прийняття цілісного, більш довгострокового та сталого підходу до планування, розробки, експлуатації та маркетингу туристичного продукту та бізнесу[8].

На основі нових хмарних обчислень і технології IoT, смарт-туризм застосовують для інтелектуального сприйняття всіх видів туристичної інформації в DESTINACIЯХ, таких як туристичні ресурси, економіка туризму, туристична діяльність, так і учасників туризму, зокрема, для реалізації послуг в режимі реального часу [9]. Основні прихильники нової технології: Cisco (CiscoIoTServicesPortfolio – портфель сервісів для IoT), Intel (IntelIoTPlatform – платформа для IoT, лабораторія Інтернету речей IntelIgnitionLab), Microsoft (операційна система Windows 10 IoT, фреймворк AllJoyn, хмарний сервіс Azure), IBM (IBM Bluemix – понад 100 відкритих програмних інструментів і хмарних сервісів, IBMCloud) та багато інших не менш відомих фірм [10]

Інтелектуальний туризм становиться невід'ємною складовою стратегії розвитку міста, IoT може бути використана в туристичних додатках.

Використання IoT зробить більш ефективним організацію подієвих заходів, дасть можливість координувати і навіть змінювати їх контент.

Таким чином можна організувати в рамках подієвого туризму «ContentSMART-event». ContentSMART-event – інтерактивна організація та проведення події з урахуванням інформації щодо вподобань споживача. Організація такої події є ефективним засобом вирішення проблем незадоволеності туристичним продуктом, в разі не виправдання очікувань споживача. Концепцію «ContentSMART-event» можна ефективно використовувати навіть для зміни або модифікації туристичного продукту.

Цієї мети можна досягнути шляхом розробки мобільного додатку, який би

поєднав вже звичні для туристів послуги (купування інтернет-квитків, бронювання готелів, транспортні послуги, розробку і організацію туристичних маршрутів, обмін валют, тощо) зі створенням соціальної туристичної мереж. Основною функцією такої мережі є інтерактивне формування івент-заходів. Такий додаток повинен містити максимально повну інформацію від регіональних інтернет-споживачів, тобто підтримувати концепцію SMART City.

Список використаної літератури

1. Вплив глобалізації на розвиток сучасного світу/ Войтович Р.В. [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <http://www.vidkryti-ochi.org.ua>
2. «Умная планета» - как это сделано? /Куприяновский В.П., Мартынов Б.А., Корнильев К.Г. // Геоинформационные системы для бизнеса и общества, 1 (68) | 2014 [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <https://www.dataplus.ru> .
3. Інтернет речей в рекламі: тренд, який не варто пропустити. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://blog.tracklam.com/Internet-rechej-v-reklami-populyarnyj-t/>.
4. Government 2.0: The smarter planet initiative and Obama's inauguration speech [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <https://aaronkim.wordpress.com/2009/01/21/government-20-the-smarter-planet-initiative-and-obamas-inauguration-speech>.
5. Six City Strategy (6 Aika). [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <https://baika.fi/in-english/>
6. Харьковскую молодежь привлекут к развитию бренда «SMART City» [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <http://www.city.kharkov.ua>.
7. Що таке інтернет речей? [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <http://thefuture.news/iot/>
8. Phillips S. G. The tourism industry association of Canada [EB/OL]. [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.slideshare.com.
9. Смарт-туризм: ситема взаємовідносин в DESTINACIЯХ / Туник О.// [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.researchgate.net/>
10. Могильний С. Б. Технології «Інтернету речей» - підготовка фахівців актуально в часі // Збірник матеріалів МНК. – 2016 [Електронний ресурс]– Режим доступу: <file:///C:/Users/Valentina%20Ivanovna/Downloads/73606-153907-1-SM.pdf>.

Автори

Вовк Катерина Михайлівна,
аспірант кафедри туризму
mikhytaekaterina@gmail.com

Тези доповіді надійшли 08 січня 2018 року.
Опубліковано в авторській редакції.