DOI: [10.32702/2307-2105-2019.1.8](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.1.8)

УДК 338.48:658

*Д. І. Басюк,
доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу
Національного університету харчових технологій
С. В. Срібна,
супервайзер готелю «Ібіс Київ Залізничний вокзал»
Т. Ю. Примак,
кандидат фізико-математичних наук, доцент кафедри туристичного та готельного
бізнесу Національного університету харчових технологій*

ДОСВІД КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ ЩОДО РОЗВИТКУ СМАРТ - ДЕСТИНАЦІЙ

*D. Basyuk
Doctor of Economics, Associate Professor, Head of the Department of Tourism and Hospitality
Business, National University of Food Technologies
S. Sribna
Supervisor of Food and Beverage department of ibis Kiev Railway Station hotel
T. Prymak
PhD in Physics and Mathematics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of
Tourism and Hospitality Business, National University of Food Technologies*

EXPERIENCE OF EUROPEAN UNION COUNTRIES IN THE DEVELOPMENT OF SMART DESTINATION

У статті проаналізовано особливості формування та розвитку смарт-дестинацій на прикладі країн Європейського Союзу. Проаналізовано необхідність створення розумних туристичних дестинацій на основі філософії сталого розвитку, застосування сучасних інтегрованих інформаційних технологій та ефективного застосування та розвитку суміжних з туризмом галузей.

Досліджено та визначено основні фактори, які впливають на необхідність формування розумних туристичних дестинацій з метою оптимізації антропогенного навантаження на дестинацію, боротьби з «овер туризмом» та з одночасним покращенням якості життя місцевого населення. Проаналізовано основні складові смарт-дестинації на прикладі міста Барселона, що є пілотним та успішним проектом з формування розумного міста. Визначено основні напрямки формування та розвитку смарт-дестинацій в Україні на прикладі м. Львів.

Implementation of the latest and new information technologies, digital solutions with optimization of smart tourist destination model is an integral part of the country's economic development strategy of modern countries. Smart Destination Technologies are being introduced in many tourist centers in Europe and around the world, the most popular are: Barcelona, London, Gdansk, Boston, Chicago, Las Vegas, New York, Orlando, San Antonio, San Diego, Shanghai, Sydney, Los Angeles, Dubai and a lot of other. The main advantages for tourists is the use of loyalty city cards,

which allows tourist to save significantly on the cost of living, food, transport, also tourism services as well as increasing the informatively and safety of travel. In connection with this, there is a need to study the experience of developed countries of the European Union in the formation of smart foundations.

The article defines the features of formation and development of smart destinations on the example of European Union countries. It is very important for tourist industry, because tourist flows on the continent is growing and anthropogenic impact on the environment, social, technical and transport infrastructure, historical and architectural monuments, cultural objects of tourist destination also is growing.

That is why creation of smart tourist destinations is necessity and based on the philosophy of sustainable tourism development, application of modern integrated information technologies and effective application of industrial, transport, energy, environmental management.

The main factors that have influence on the necessity of formation of smart tourist destinations and their development are investigated with the aim of optimization of the anthropogenic loading on the destination, the struggle with over tourism and simultaneously improving the quality of life of the local population.

All basic components of smart foundations are analyzed on the example of the Barcelona city, which is a pilot and successful project of the smart city organization. The basic directions of formation and development of smart destinations in Ukraine are determined on the example of Lviv.

Keywords. *tourist destinations; smart destination; smart city; tourist flows optimization.*

Ключові слова. *Туристична дестинація; смарт-дестинація; розумне місто; оптимізація туристичних потоків.*

Постановка проблеми. В умовах євроінтеграції невинними темпами зростає динаміка туристичних потоків на континенті, що у 2017 році склала 672 млн. осіб з рекордним щорічним приростом +8,4%. Це 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, Дубайях 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.

Аналіз останніх досліджень, публікацій. Проблематика 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, та ін. З огляду на актуальність проблеми, для обміну знаннями, налагодження партнерських зв'язків і просування в розумінні розвитку та ключових елементів смарт – дестинацій в 2017- 18 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 статті є дослідження практики формування смарт-дестинації Барселони, яка визнана світовим лідером по впровадженню цифрових технологій управління у порівнянні українським досвідом.

Виклад основного матеріалу. Впровадження новітніх технологій та цифрових рішень з метою оптимізації та підвищення якості туристичних дестинацій є невід'ємною складовою стратегії сталого розвитку туризму в країні. Найяскравішим прикладом розумного підходу до управління туристичною дестинацією є

іспанський регіон Каталонія. Її столиця Барселона вважається самим високотехнологічним містом світу за версією британських аналітиків. Адже столиці Каталонії вдалося розібратися в практичному застосуванні сенсорів, замурованих в асфальт, і створити всеосяжну міську операційну систему. У 2015 році Барселона була визнана самим «розумним» містом на планеті, випередивши Сінгапур, Нью-Йорк і Лондон. В смарт-дестинацію її перетворили буквально за три роки. І, судячи з усього, зупинятися не збираються. Основні складові смарт-міста Барселони зображені на рисунку 1 та включають в себе:

Рис. 1. Складові смарт-дестинації міста Барселона

1. Автобусна система: автобусні маршрути Барселони розташовані перпендикулярно один одному і охоплюють все місто. Самі автобуси - одні з найбільш екологічних у всій Європі. Коли вони зупиняються, навіть не чути шум мотора. Зупинки обладнані електронними табло, на яких висвічується час очікування кожного автобуса. Ці табло працюють від сонячних батарей, розташованих на даху металевих навісів. А на кількох зупинках навіть є інтерактивні карти і USB-порти.

2. Велосипед напрокат: річний абонемент за 47 євро дає право взяти напрокат один з 6000 велосипедів на будь-який з 464 станцій і потім залишити його на іншій станції. Велосипедні паркувальні місця зазвичай розташовані поблизу зупинок громадського транспорту, метро або автомобільних паркувальних майданчиків. Туристи також можуть скористуватися такою послугою всього лише за 5 євро в день, але обов'язковою умовою є застава у розмірі 50 євро.

3. «Розумні» парковки: детектори світла і металу визначають, вільно або зайнято паркувальне місце. Вони допомагають водіям мотоциклів знайти місце для стоянки, показуючи доступні варіанти в мобільному додатку ApparkB. Підсумкові дані постійно відправляються в адміністрацію міста, що допомагає покращити систему розташування паркувальних місць.

4. Система збору сміття: у деяких районах Барселони стоять контейнери, з'єднані з підземними пунктами збору сміття. Відходи, які потрапляють в ці контейнери, по трубах йдуть відразу на підземну звалище. Це дозволяє звільнити центр міста від галасливих смітєвозів. В інших районах стоять контейнери, обладнані сенсорними датчиками. Через них сигнали про заповнення контейнера надходять в центральну систему, так що збирачі сміття можуть планувати маршрут і час очищення контейнерів.

5. Міське освітлення: ліхтарі зі світлодіодами скорочують витрати на освітлення та оптимізують подачу енергії. Працюють вони в залежності не тільки від часу доби, а й від погодних умов: вологості, температури і рівня забруднення повітря.

6. Оновлені і більш ефективні енергосистеми: у Барселоні в середньому буває 7 сонячних годин в день. Використовуючи цей факт, у 2000 році Барселона стала першим європейським містом, який налаштував на будівлях нових готелів, лікарень, фітнес-центрів і басейнів системи нагріву води від сонячної енергії. У той же час системи міського опалення використовують пар від спалювання відходів, а системи охолодження - морську воду.

7. Мобільні технології: на сайті мерії Барселони є безліч додатків, які допомагають жителям міста якомога швидше дістатися з точки «А» в точку «Б». Тому в місті буває менше пробок на дорогах, ніж в середньостатистичному мегаполісі.

8. Інноваційний центр Барселони: експериментальний проект району Побленоу, розпочатий у 2000 році, зараз перетворився на великий бізнес-центр, де знаходяться більше 8 800 компаній. 30% з них працюють в сфері технологій і знань, надаючи робочі місця 93 000 людей. Тут же розташована BarcelonaUrbanLab - публічна лабораторія, де компанії-виробники можуть тестувати свої новинки, такі, як, наприклад, системи паркування та датчиків для сміттєвих контейнерів, які були згадані вище.

9. Міська операційна система Sentilo: головний кит, на якому тримаються всі «розумні» пристосування Барселони. Система Sentilo збирає свідчення з усіх датчиків з даними про міському водопостачанні, освітленні, дорожню обстановку, рівні шуму, тощо. В систему також надходить інформація про кількість жителів в кожному кварталі міста, про податки, зведення пригод і дані з соціальних мереж. Таким чином, система не тільки володіє повною картиною того, що відбувається в будь-який проміжок часу, але і може робити прогноз на майбутнє на основі аналітики вже зберігаються в ній даних.

У 2017 році Барселона зустріла понад 19,1 млн іноземних туристів, що на 6,1% більше, ніж в минулому (табл. 1).

Таблиця 1.
Прибуття міжнародних туристів за основним пунктом призначення

Країни	Роки, млн. осіб			Абсолютне відхилення (+/-), осіб.		Відносне відхилення (%)	
	2015	2016	2017	2015-2016	2016-2017	2015-2016	2016-2017
Андалусія	9,4	10,6	11,5	1,2	0,9	+12,7	+8,5
Балеарські острови	11,6	13,1	13,8	1,5	0,7	+12,9	+5,3
Канарські острови	11,5	13,3	14,2	1,8	0,9	+15,6	+6,7
Каталонія	17,5	18	19,1	0,5	1,1	+2,8	+6,1
Валенсія	6,4	7,8	8,9	1,4	1,1	+21,8	+14,1
Мадрид	5,2	5,7	6,7	0,5	1	+9,5	+17,5
Інші	6,5	7,1	7,6	0,6	0,5	+9,3	+7,1
Всього	68,1	75,6	81,8	7,5	6,2	+11,0	+8,2

**складено автором за даними[4]*

На другому місці - Канарські острови (14,2млн туристів), на третьому - Балеарські острови (13,8 млн). Рекордсменами по приросту числа туристів в порівнянні з минулим роком виявилися Мадрид і Валенсія: 17,5% (6,7 млн. туристів) і 14,1 % (8,9 млн.) відповідно. Для наглядного прикладу побудуємо діаграму за даними таблиці 2.2, за даними 2017 року. (рисунок 2).

Рис. 2. Прибуття міжнародних туристів за основним пунктом призначення
*складено автором за даними [4]

Отже, підсумуємо, що першість по прибуттям міжнародних туристів займає Каталонія – 23%, слідом за нею Канарські острови (18%) та Балеарські острови (17%). Андалусія займає четверте місце (14%), і останніми слідують Валенсія – 11% та Мадрид – 8% (Рис. 2).

Одним з пріоритетних напрямків розвитку туристичної індустрії, формування смарт-дестинацій є вивчення мотиву подорожі. Нами було проаналізовано 3 роки (2015-2017рр.) за основними мотивами відпочинок та бізнес, та звичайно інші, що може включати оздоровчий, пізнавальний, гастрономічний та інші види мотивів. (таблиця 2).

Таблиця 2.
Прибуття міжнародних туристів за мотивами туристів

Типізація мотивів	Роки, млн. осіб			Абсолютне відхилення (+/-), осіб.		Відносне відхилення (%)	
	2015	2016	2017	2015-2016	2016-2017	2015-2016	2016-2017
Відпочинок	57,9	64,5	71,1	6,6	6,6	+11,3	+10,3
Бізнес	5,1	4,6	4,7	-0,5	0,1	-9,8	+2,2
Інші мотиви	5,1	6,5	6,0	1,4	-0,5	+27,4	-7,7
Всього	68,1	75,6	81,8	7,5	6,2	+11,0	+8,2

*складено автором за даними[4]

Дозвілля та відпочинок - головна причина поїздки до Іспанії на понад 71,1 мільйоні туристів у 2017 році, це становить 87% всіх туристів, які відвідали Іспанію з мотивом ведення бізнесу відвідало 4,7 млн. осіб та за іншими мотивами – 6 млн. В цілому можемо сказати, що в період з 2015 по 2017 рік з метою відпочину з кожним роком показник приїжджих збільшується на 11,3%, з бізнес мотивом у 2016 р. показник зменшився на 9,8%, але в 2017 р. поступово спостерігаємо збільшення на 2,2%. За іншими мотивами у 2017 р. показник зменшився на 7,7%.

Отже в цілому можемо зробити висновок, що країна Іспанія з кожним роком стає все більш популярною серед туристів. Найбільш популярною дестинацією є саме Барселона, яка у 2017 році зустріла понад 19,1 млн. туристів.

Однією з вагомих причин, чому туристи обирають для відпочинку Барселону є створення розумного міста, що включає в себе чотири системні ланки взаємовідносин, що полягають у співвідношенні кількісних та якісних параметрів «дані – інформація – знання – інтелект». Адже створення середовища, в якому може відбуватися стале економічне зростання туристичного бізнесу це, насамперед, зняття зовнішніх бар'єрів для конкурентоспроможності бізнесу, що є гарантом того, що створена інфраструктура задовольняє основні потреби бізнесу, що земля доступна за конкурентною ціною і, що підприємства стабільно

працюють працюють з огляду на безпечне відношення їх впливу на навколишнє середовище. З огляду на статистичні дані, ми можемо зробити висновок, що створена смарт-дестинація має дуже позитивний вплив на розвиток туризму як для місцевого населення так і для самих туристів.

Невід'ємним елементом інноваційної туристичної інфраструктури Барселони є незлічена кількість туристичних інформаційних центрів, що розміщені у всіх куточках міста. Діяльність таких ТІЦ спрямована на інформування та консультацію туристів, рекламу туристично-рекреаційних ресурсів міста та інших принад дестинації.

Тут туристу допоможуть зі всім необхідним, наприклад, знайти житло, придбати квитки на екскурсійний автобус, отримати карти міста, довідку про автобуси і транспорт, дадуть відповідь на інші загальні питання. В ТІЦ, що знаходиться в аеропорті Барселони можна отримати інформацію двох видів - туристичну та про аеропорт.

В туристичному інформаційному центрі вокзалу Барселони дають інформацію про туризм в Барселоні і Каталонії. Якщо турист приїхав до Барселони і не має житла, то співробітники в довідковій допоможуть підібрати готель і зателефонують, щоб забронювати номер.

Також можна почитати різні брошури і задати питання щодо визначних пам'яток Барселони.

У туристичній довідковій також можна придати картку міста «BarcelonaCard», як надає знижки на вхід до різноманітних музеїв та визначних історичних пам'яток, парків, а також знижку на проїзд в громадському транспорті.

У 2018-2020 рр. мерія Барселони планує розвивати Діджитал-інфраструктуру міста, смарт-сервіси для міських жителів і покращувати свою систему збору даних.

На вулицях міста з'являться нові зони дії Wi-Fi і мобільного зв'язку 5G. Можливість доступу до інтернету в домашніх умовах буде у всіх жителів Барселони, незалежно від рівня доходів.

Отже, Барселона це успішний приклад того, що інноваційні технології є основою сталого розвитку туристичних смарт-дестинацій.

Яскравим прикладом формування смарт-дестинації в Україні є місто Львів. Адже показник туристичних потоків, що надходять до міста Львів поступово з кожним роком збільшується (рисунок 3), а отже дестинація відчуває велике навантаження, та потребує впровадження смарт-технологій. У 2017 році понад 2,6 млн. туристів відвідало місто Львів, в період 2016-2017 рр. показник був сталим, але в порівнянні з 2015 року збільшився на 30%.

Рис. 3. Динаміка туристичних потоків 2007-2017рр. м. Львів

**складено автором за даними [9]*

Важливим є також те, що в 2017 році у відсотковому відношенні від загальної кількості туристів 46% українців відвідало Львів та 54% - іноземців.

Тому збільшення кількості саме зарубіжних туристів, що створює попит у використанні новітніх технологій, а саме QR-кодування, створення смарт-карток, вдосконалення транспортного забезпечення, удосконалення роботи туристичних інформаційних центрів, підвищення рівня безпеки, мобільність і тому подібне.

Львів тільки починає формувати з себе смарт-дестинацію, яка матиме позитивний вплив на розвиток туризму та розумне використання ресурсів. Адже в умовах сучасного інформаційного суспільства формується компетентний споживач та виразно проявляється феномен суспільного виробництва благ, що впливає на управління туристичними дестинаціями. Впровадження смарт-технологій у розвитку потенціалу м. Львів базуються на шести напрямках, що зображені на рисунку 4.

Рис. 4. Напрями формування смарт-міста Львів

Осередковими складовими смарт-дестинації м. Львів є: безпека в місті (safecity), медицина (e-health), освіта (smarteducation), транспортна система (smartmobility), електроенергія (smartenergy) та формування міста як креативного центру (creativehubs) – це всі напрями, які тільки будуть вдосконалюватись, тому розглянемо їх більш детально.

Великим кроком вперед в створенні інноваційної структури туризму є створення картки міста «LvivCityCard». Культурна столиця стає ще більш доступною, тобто турист може безкоштовно відвідати найкращі музеї міста, насолодитися краєвидами міста з Ратуші, а також отримати знижки в найкращих закладах харчування.

LvivCityCard включає в себе безкоштовний:

- проїзд у наземному електротранспорті;
- вхід в близько 20 музеїв/галерей;
- підйом на Вежу Ратуші;
- пішохідна і автобусна оглядові екскурсії по місту;
- картка мобільного оператора.

Знижки в:

- найкращих ресторанах та магазинах .

Картка туриста «LvivCityCard» сьогодні є дуже важливим кроком розвитку інфраструктури як для туриста, так і в цілому для дестинації.

Також у вересні 2018 року спільно з оператором мобільного зв'язку Vodafone був реалізований проект «розумний» маршрут «Вперше у Львові». Маршрут візуалізується за допомогою кам'яних табличок з QR-кодами, розміщеними на хідниках біля культурних та історичних пам'яток. Доступний чотирма мовами: українською, англійською, німецькою, польською. Маршрут об'єднує 15 локацій.

У планах на 2019 рік спільно з Vodafone перекласти маршрут китайською і французькою мовами. Крім цього, розробити віртуальний квест-маршрут «У пошуках львівських левів» та мобільний додаток до нього. Управління туризму планує в червні 2019 року реалізувати унікальний туристичний маршрут «Зелена смуга»/«GreenLine».[7]

Досягненням смарт-дестинації Львів є те, що британське видання «TheTelegraph» внесло Львів у рейтинг 10 місць світу, які обов'язково варто відвідати - Львів опинився на 5-й сходинці, одразу після Сейшельських островів. Зазначимо, що позаду галицька столиця залишила такі дестинації як Нью - Йорк, Бостон, Ла-Рошель та Геную.

Британська газета The Independent назвала Львів ідеальним місцем для проведення зимового відпочинку, описуючи всі найкращі місця міста. Також у іншому рейтингу Львів опинився на 2-му місці серед 26-ти європейських міст, де можна комфортно прожити місяць за менше ніж 600 фунтів стерлінгів (у Львові - 405,51 фунт стерлінгів/458,56 євро). В загальному оцінювались вартість однієї чашки кави, середня вартість домашнього пива, щомісячний проїзд, та двокімнатна квартира поза міським центром, щомісячна оренда.

За версією американського видання BusinessInsider ще у 2017 році, Львів посів перше місце серед найдешевших туристичних міст світу у 2018 році. Під час дослідження порівнювались вартість проживання у готелі, проїзд на таксі, а також харчування на двох.[6]

Отже ми можемо зробити **висновок**, що Барселона це яскравий приклад того, що новітні технології виступають каталізатором сталого розвитку туристичних destinations. Побудова взаємовідносин між освітою, культурою та бізнесом виступає «розумною» інвестицією в майбутнє. Можемо з впевненістю зазначити, що Україна має великий потенціал для формування та створення smart-destinations, матиме позитивний соціально-економічний ефект для нашої країни, і сприятиме не тільки зростанню туристичних потоків, але й створить передумови для розвитку інших галузей, впровадження ефективних інструментів управління містами і регіонами, поліпшення роботи міських служб. Поруч з впровадженням сучасних ІКТ необхідно брати до уваги цілі сталого розвитку, які є важливими для збереження культури, природного середовища, архітектурного обличчя міст та комфортного життя його мешканців і туристів.

Список використаної літератури.

1. World Tourism Organization. - Режим доступу: <http://www2.unwto.org/>
2. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.
3. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти / С. В. Мельниченко // Вісник Запорізького нац. ун-ту. – 2010. – №2(6). – С. 129-138.
4. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними destinations Вінниця, 2017. - 322 с.
5. Ткаченко Т.І., Туник О.М. Smart-місто: інноваційна туристична destination
Матеріали VII міжнародної науково-практичної конференції
"Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети"
(м. Харків, 20.11.2015 р.). - Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2015. - 224 с. - С.248-250.
5. О.М.Тунік. Smart-туризм: система взаємовідносин в destination. //Міжнародний туристичний бізнес : зб. наук. ст. студ. денної і заочної форми навч., Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т – 2015. - Відп. ред. А. А. Мазаракі, pp.329–335
6. Josep A. Ivars-Baidal, Marco A. Celdrán-Bernabeu, Jose-Norberto Mazón & Ángel F. Perles-Ivars Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management. eceived 12 May 2017, Accepted 16 Sep 2017, Published online: 19 Oct 2017.Електронний ресурс. Режим доступу: <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1388771>
8. Estadísticas available at: <http://estadisticas.tourspain.es/en-EN/Paginas/default.aspx>
9. Turystichna Statustika , available at: <http://lviv.travel/ua/index/information/b2b> (Accessed 15 December 2013)
10. STATUS QUO available at: http://lviv.sq.com.ua/ukr/news/novini/03.01.2018/lvov_turisticheskij_chem_privlekalo_gorod_turistov_v_2017_godu/ (Accessed 3 January 2018).
11. Lvivska Miska Rada available at: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/244922-> (Accessed 27 December 2017)

References.

1. World Tourism Organization, [Online], available at: <http://www2.unwto.org/>
2. Tkachenko, T. I. (2006), *Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu* [Sustainable Tourism Development: Theory, Methodology, Business Realities], Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine, P. 537.
3. Melnychenko, S. V. (2010), "Information Technologies in Tourism: Theoretical and Practical Aspects", *Visnyk Zaporizkoho nats. un-tu*, vol. 2(6), pp. 129-138.
4. Korzh, N.V. and Basiuk, D.I. (2017), *Upravlinnia turystychnymy destynatsiamy* [], Vinnytsia, Ukraine, P. 322.
5. Tkachenko, T.I. and Tunyk, O.M. (2015), " Smart City: An Innovative Tourist Destination", *Materialy VII mizhnarodnoi nauково-praktychnoi konferentsii* [Materials of the VII International Scientific and Practical Conference], *Turystychnyi biznes: svitovi tendentsii ta natsionalni priorytety* [Travel Business: World Trends and National Priorities], KhNU im. V.N. Karazina, Kharkiv, P. 224, pp.248-250.
5. Tunyk, O.M. (2015), "Smart tourism: a system of relationships in the destination", *Mizhnarodnyi turystychnyi biznes: zb. nauk. st. stud. dennoi i zaочноi formy navch.*, Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine, pp.329–335.
6. Josep A. Ivars-Baidal, Marco A. Celdrán-Bernabeu, Jose-Norberto Mazón & Ángel F. Perles-Ivars Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management. eceived 12 May 2017, Accepted 16 Sep 2017, Published online: 19 Oct 2017. [Online], available at: <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1388771>
8. Estadísticas, [Online], available at: <http://estadisticas.tourspain.es/en-EN/Paginas/default.aspx>
9. Turystichna Statustika , available at: <http://lviv.travel/ua/index/information/b2b> (Accessed 15 December 2013)

10. STATUS QUO, available at:
http://lviv.sq.com.ua/ukr/news/novini/03.01.2018/lvov_turisticheskiy_chem_privlekalo_gorod_turistov_v_2017_godu/
(Accessed 3 January 2018).
11. Lvivska Miska Rada, [Online], available at: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/244922-> (Accessed 27 December 2017)

Стаття надійшла до редакції 14.01.2019 р.