

УДК 332.122

**Дашук Ю.Є.***кандидат економічних наук, старший викладач,  
старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
Луцького національного технічного університету***Лепкий М.І.***кандидат географічних наук, доцент,  
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
Луцького національного технічного університету***Dashchuk Yuliya***Candidate of Sciences (Economics), Senior Specialist,  
Senior Specialist of the Department of Tourism and Hotel  
and Restaurant Business  
Lutsk National Technical University***Lepky Mykhailo***Candidate of Sciences (Geography), Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Tourism  
and Hotel and Restaurant Business  
Lutsk National Technical University*

## ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ SMART-ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНИМ ПРОДУКТОМ МІСТА

### EXPERIENCE OF SMART TECHNOLOGY USE IN MANAGEMENT BY CITY TOURISM

#### АНОТАЦІЯ

У статті розкрито сутність категорії smart та представлено її особливості з управлінського погляду. Обґрунтовано важливість використання smart-технологій у сучасних умовах функціонування регіональної економіки. Розглянуто передовий світовий досвід використання smart-технологій на рівні муніципалітетів. Проведено ранжування міст залежно від ступеня впровадження ними інноваційних технологій в управлінський процес. Систематизовано напрями застосування smart-технологій в управлінні туристичним продуктом міста. Представлено особливості та основні відмінні риси city card як інноваційного інструменту розвитку туристичної галузі міста. Проведено аналіз використання city card європейськими містами, а також здійснено порівняльну характеристику її вартості для туристів в окремих містах.

**Ключові слова:** інноваційні технології, smart city, туризм, smart-технології, city card, інновації, туристична галузь, туристичний продукт, місто.

#### АННОТАЦИЯ

В статье раскрыта сущность категории smart и представлены ее особенности с управленческой точки зрения. Обоснована важность использования smart-технологий в современных условиях функционирования региональной экономики. Рассмотрен передовой мировой опыт использования smart-технологий на уровне муниципалитетов. Проведено ранжирование городов в зависимости от степени внедрения ими инновационных технологий в управленческий процесс. Систематизированы направления применения smart-технологий в управлении туристическим продуктом города. Представлены особенности и основные отличительные черты city card как инновационного инструмента развития туристической отрасли города. Проведен анализ использования city card европейскими городами, а также осуществлена сравнительная характеристика ее стоимости для туристов в отдельных городах.

**Ключевые слова:** инновационные технологии, smart city, туризм, smart-технологии, city card, инновации, туристическая отрасль, туристический продукт, город.

#### ANNOTATION

The article reveals the essence of the category "smart" and presents its features from a managerial point of view. The importance of using smart-technologies in the modern conditions of functioning of the regional economy is substantiated. The emphasis is placed on the fact that smart-technologies are the largest generator of all world tourist flows, and their application in the tourism industry of municipalities is becoming one of the most urgent issues of urban agglomeration development. Due to insufficient coverage of the practical aspects of using smart-technologies at the city level, the author focuses on the consideration of this level of management. Therefore, the main directions of using smart-technologies at the level of municipalities are formed and the best practices of the world cities in this direction are presented. Ranking of cities according to the degree of their introduction of innovative technologies in the management process, provided the most effective examples of the use of smart-technologies in the municipalities. The article states that Ukrainian cities are not included in the leading world ratings on the use of smart-technologies. This testifies to the need to intensify the efforts of the authorities and the public regarding the application of innovative technologies in the practical activities of municipalities. The directions of application of smart-technologies in the management of the tourist product of the city are systematized, the significance of each of them for the development of the tourism industry is disclosed. The features and main features of the city card as an innovative tool for the development of the tourism industry of the city are presented. It is noted that with this tool tourists can actually see all the best that can offer the city and significantly save time and money through free preferences, as well as discounts, including payment for goods and services. The article also analyzes the use of city card in European cities, presents Internet sites for their purchase. A comparative description of the time lag of using City Card and its value in European cities has also been made.

**Key words:** innovative technologies, smart city, tourism, smart-technologies, city card, innovation, tourism industry, tourist product, city.

**Постановка проблеми** у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В умовах глобалізації економіки в усіх сферах життєдіяльності людини відбуваються різноманітні технологічні зміни, не винятком є й туристична галузь. Особлива увага у цьому напрямі приділяється інформаційним технологіям, адже безперервний кругообіг даних, їх розподіл і використання визначають в умовах сьогодення конкурентоздатність суб'єктів на туристичному ринку. Поряд із цим існує потреба у нових способах і засобах надання туристичних послуг, інноваційних управлінських рішеннях, застосуванні «розумних технологій» у туристичній сфері та галузях, дотичних до неї. Зміна векторів та пріоритетів туристичного ринку, посилення ролі інноваційного складника у процесі надання туристичних послуг, нові підходи до комунікаційної взаємодії між туристами та суб'єктами сфери відпочинку вимагають нових підходів до управління не тільки підприємствами сфери відпочинку, а й туристичними дестинаціями та містами, що є актуальною науковою та прикладною проблемою.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій**, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про значну зацікавленість науковцями дослідженнями smart-туризму, smart-дестинацій та їхніх складників. Значний внесок у наукове обґрунтування цієї тематики зробили: Г. Багієв, Д. Бухаліс, Р. Баггіо, К. Боес, М. Бойко, А. Виноградов, Ю. Забалдіна, А. Інверсіні, В. Квартальнов, С. Мельниченко, А. Набієв, С. Ромат, М. Скопень, Т. Ткаченко та ін. У працях зазначених авторів розглянуто особливості розвитку інтерактивних та інформаційних технологій у туризмі, представлено окремі аспекти використання smart-технологій, визначено переваги їх практичного використання в туристичній діяльності. Поряд із цим вищевикладені питання потребують подальшого дослідження та обговорення.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми**, котрим присвячується означена стаття. Незважаючи на значну кількість наукових та практичних напрацювань, присвячених використанню сучасних інформаційних технологій та систем у сфері туризму, залишається недостатньо дослідженим питання використання smart-технологій в управлінні туристичним продуктом на регіональному рівні, зокрема в контексті міст. Останні виступають чи не найбільшим генератором усіх світових туристичних потоків, а застосування smart-технологій у туристичній індустрії муніципалітетів – стає одним із найбільш актуальних питань розвитку міських агломерацій.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання)**. На основі вище викладеного можемо сформулювати такі завдання дослідження: розкрити сутність і особливості smart-технологій

у сучасному світі та розглянути світовий досвід їх використання на рівні муніципалітетів; систематизувати напрями застосування smart-технологій в управлінні туристичним продуктом міста.

**Виклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В умовах розвитку глобальних інформаційних мереж не лише окремі підприємства, установи, а й цілі міста та регіони починають представляти свої можливості та продукти широкому колу споживачів за допомогою smart-технологій. Даний інструмент, що поєднує й інновації, й маркетинг, й інформацію, стає одним із найбільш популярних методів залучення туристів у місто, анонсування події, що в ньому відбуваються, дає змогу ефективно сформулювати туристичний образ дестинації та забезпечити зручне перебування туристів у ній, формує якісну управлінську основу будь-якого муніципалітету.

Термін smart, уведений у науковий обіг теоретиком менеджменту, американським ученим австрійського походження Peter Ferdinand Drucker у роботі *The Practice of Management* (1954 р.). Smart є аббревіатурою для визначення ознак поставленої мети: Specific – конкретна, Measurable – вимірна, Achievable – досяжна, Realistic – реалістична, Time – певна в часі. Таким чином, учений уважав, що якщо поставлена мета буде «розумною», тобто буде відповідати поставленим критеріям, вона буде досягнута.

Що стосується опису категорії smart із позиції управління розвитком міста, то аналіз сучасних трактувань smart city зумовлює досить широке його трактування. У загальному ж розумінні ця концепція спрямована на забезпечення високої якості життя людей та їх економічне зростання через активне впровадження в процеси життєзабезпечення міста інноваційних технологій. Іншими словами, найрозумніші міста світу – ті, що навчилися використовувати всі свої ресурси для підвищення якості життя населення.

Варто зазначити, що в сучасних умовах існують різні підходи і рейтингові системи, які дають змогу аналізувати і ранжувати «розумні міста».

Як правило, до базових характеристик smart city відносять такі концепції: розумна економіка (smart economy), розумна мобільність (smart mobility), розумний підхід до навколишнього середовища (smart environment), розумні люди (smart people), розумний спосіб життя (smart living), розумне управління (smart governance).

Зрозуміло, що не всі міста можуть одночасно реалізовувати всі напрями smart-технологій на високому рівні. Так, шведська ІТ-компанія EasyPark провела дослідження щодо використання інноваційних технологій у містах. За результатами роботи було складено список «найрозумніших» міст планети 2017 р.

Основними критеріями оцінки цифрових міст стали: мобільний зв'язок 4G, велика кількість

точок доступу Wi-Fi, смартфони як універсальний засіб управління сервісами, розумна парковка, послуги з обміну автомобілями (каршерінг), оптимізована система руху транспорту, онлайн-доступ до державних послуг, переробка сміттєвих відходів, активна громадянська позиція мешканців, екологічно чисті джерела енергії. До десятки smart city світу увійшли [1]:

1. Мельбурн (Австралія). Одним із соціально значущих проєктів міста стало поліпшення умов життя для пішоходів. За допомогою особливих маячків на сервер через смартфони передається інформація про місце розташування пішохода. Система веде цілодобовий підрахунок кількості людей і вимірює щільність натовпу, щоб скласти карту активності та регулювати потік людей в особливо жвавих місцях.

2. Женева (Швейцарія). Місто отримало високий бал у рейтингу за переробку відходів, а також за будівництво розумних будинків. А до 2020 р. уряд планує знизити викиди діоксиду вуглецю в атмосферу на чверть від точного обсягу.

3. Амстердам (Нідерланди). Високі позиції в рейтингу зумовлені активною участю мешканців у громадському житті міста і можливостями широкого online-доступу до державних сервісів. Також Амстердам щорічно привертає велику кількість туристів і славиться хорошими можливостями для відкриття бізнесу. Для жителів міста був створений web-майданчик із відкритими даними під назвою Amsterdam Smart City. Окрім іншого, платформа підтримує додаток, створений для допомоги людям зі слабким зором та іншими особливостями сприйняття.

4. Сан-Франциско (США). Цей туристичний центр увійшов до десятки розумних міст у зв'язку зі значною кількістю організованих тут успішних стартапів. Поряд із цим Сан-Франциско лідирує за швидкістю Інтернет-з'єднання порівняно з іншими регіонами зі списку smart-cities.

5. Токіо (Японія). Місто є одним із найбільших міжнародних інформаційних та економічних центрів. Розвинена залізнична інфраструктура, яка об'єднує понад 100 ліній, по яких у рік їздить близько 14 млрд пасажирів, а також система розумних парковок і велика мережа точок Wi-Fi дали змогу обійти інші smart-міста в рейтингу.

6. Бостон (США). Одне з найдавніших і найбагатших міст Америки досягло успіху в банківському, фінансовому та страховому секторах економіки. У столиці штату Массачусетс проводиться діяльність найбільших видавництв, а Гарвардський університет і Массачусетський технологічний інститут щороку «вистрілюють» черговою сенсаційною розробкою. Саме за рівень освіти і розвитку бізнесу це місто посідає вагому сходинку в рейтингу.

7. Цюрих (Швейцарія). Найбільший фінансовий і науковий центр Швейцарії, крім кількості міжнародних банків, характеризується розумни-

ми будинками і системою переробки сміття, організацією громадського транспорту. До 2024 р. через Цюрих планують прокласти підземну мережу для транспортування вантажів, що працює на відновлювальних джерелах енергії.

8. Стокгольм (Швеція). Головне місто Швеції отримало максимально високу оцінку за online-доступ до державних сервісів і служб. Також у місті відсутні промислові підприємства, що позитивно позначається на довкіллі.

9. Сінгапур (Сінгапур). Місто характеризується ефективною системою пересування громадського транспорту і соціальною активністю громадян. Високі стандарти ринкової економіки Сінгапуру і при цьому низькі податкові ставки роблять місто ідеальним для залучення інвесторів.

10. Копенгаген (Данія). Місто активно розвивається у сфері IT-технологій, екології, медицини, економіки, бізнесу, транспортної інфраструктури. Не так давно мер міста офіційно оголосив про запуск Міської бази обміну даними (City Data Exchange) – online-майданчика з громадською та приватною інформацією, відкритою для жителів. Міська база обміну даними в Копенгагені, крім основного завдання – доступу до інформації, має й побічну мету – зробити столицю ще більш екологічно чистою. Спеціальні додатки закликають задуматися про наслідки викиду в атмосферу шкідливих речовин.

Зазначимо, що українські міста у представленому рейтингу відсутні, що свідчить про необхідність інтенсифікації зусиль органів влади та громадськості, щодо застосування smart-технологій у практичній діяльності муніципалітетів.

Варто зауважити, що smart-технології застосовуються не тільки для загального управління містами, а й упроваджуються в різних галузях господарства. Так, у багатьох туристичних центрах Європи та світу, зокрема у Барселоні, Лондоні, Гданську, Бостоні, Чикаго, Лас-Вегасі, Нью-Йорку, Шанхаї, Сіднеї, Амстердамі та ін., можна зустріти цікаві інноваційні рішення, які дають змогу поліпшити управління туристичним продуктом міста [2]. Окремі аспекти такої діяльності спостерігаються й у туристичній сфері деяких міст України, зокрема Львові, Києві, Вінниці, Одесі.

Основними напрямками smart-технологій для розвитку туристичного продукту міста мають стати [3]:

1. Кластеризація туристичної громадськості міста.

2. Запровадження хмарних технологій та Інтернету речей (The Internet of Things) у 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 із пам'ятниками тощо), які давали б змогу отримувати текстову, графічну, 3D-моделі, аудіоінформацію (аудіогіди) на багатьох мовах.

5. Єдиний туристичний квиток (City Tourism Card) на всі види транспорту, а також розгляд можливості впровадження Інтернет-картки туриста (наприклад, із використанням технології NFC на мобільних пристроях).

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 різними мовами (пріоритетними для України є українська, російська, 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, можливості пересадок та час прибуття на зупинках громадського транспорту, використання електронних антивандалних сенсорних карт (із технологією Google maps), де споживач транспортної послуги може вибрати мову та спроекувати маршрут (переглянувши схеми транспорту), при цьому в режимі онлайн бачити пересування громадського транспорту по транспортним магістралям міста.

8. Встановлення в музеях електронних таблиць, де можна на різних мовах переглядати інформацію про той чи інший експонат музею (наприклад, Лувр, м. Париж), завантажити з допомогою QR-коду на смартфон аудіогід іноземною мовою, дізнатися про розташування готелів, ресторанів, туристичних об'єктів, залишити відгук тощо.

Таблиця 1

**Інформація щодо окремих City Card європейських міст**

№ п/п	Країна, місто	Назва City Card	Інтернет адреса
1	Нідерланди, Амстердам	I Amsterdam City Card	<a href="https://www.iamsterdam.com">https://www.iamsterdam.com</a>
2	Бельгія, Брюссель	Brussels City Card	<a href="https://ticketing.visitbrussels.be">https://ticketing.visitbrussels.be</a>
3	Польща, Варшава	Warsaw Pass	<a href="https://www.warsawpass.com">https://www.warsawpass.com</a>
4	Литва, Вільнюс	Vilnius City Card	<a href="http://www.vilnius-tourism.lt/">http://www.vilnius-tourism.lt/</a>
5	Швеція, Стокгольм	Stockholm Pass	<a href="https://www.stockholmpass.com">https://www.stockholmpass.com</a>
6	Італія, Рим	Roma Pass	<a href="http://www.romapass.it/">http://www.romapass.it/</a>
7	Латвія, Рига	Riga Card	<a href="https://www.liveriga.com">https://www.liveriga.com</a>
8	Чехія, Прага	Prague Card	<a href="https://www.praguecard.com/">https://www.praguecard.com/</a>
9	Франція, Париж	Paris Pass	<a href="https://www.parispass.com">https://www.parispass.com</a>
11	Данія, Копенгаген	Copenhagen Card	<a href="https://copenhagencard.com/">https://copenhagencard.com/</a>
12	Угорщина, Будапешт	The Bucharest Card	<a href="http://budapestcards.com/">http://budapestcards.com/</a>
13	Австрія, Відень	Vienna Card	<a href="http://www.viennacitycard.at">www.viennacitycard.at</a>
14	Португалія, Лісабон	Lisboa Card	<a href="http://www.lisboacard.org">www.lisboacard.org</a>
15	Велика Британія, Лондон	London Pass	<a href="http://www.londonpass.com/">www.londonpass.com/</a>
16	Іспанія, Мадрид	Madrid Card	<a href="http://www.introducingmadrid.com">www.introducingmadrid.com</a>
17	Німеччина, Берлін	Berlin Welcome Card	<a href="http://www.getyourguide.de">www.getyourguide.de</a>

Джерело: сформовано авторами

Таблиця 2

**Порівняльна характеристика часових проміжків використання City Card та їхньої вартості в європейських містах**

№ п\п	Назва країни та міста	Термін дії City Card		
		24 години	48 годин	72 години
		Вартість придбання, євро		
1	Львів, Україна	8	12	15
2	Київ, Україна	5	8	13
3	Одеса, Україна	-	-	67
4	Чехія, Прага	48	58	68
5	Франція, Париж	85	110	131
6	Відень, Австрія	17	25	29
7	Берлін, Німеччина	-	20	29
8	Амстердам, Нідерланди	60	80	93
9	Варшава, Польща	30	39	46
10	Мадрид, Іспанія	47	60	87
11	Лісабон, Португалія	20	34	42
12	Стокгольм, Швеція	56	79	98

Джерело: сформовано авторами

9. Взаємодія місцевої влади та громадськості з колективними засобами розміщення за допомогою електронних панелей, на яких гості могли б спроектувати свій маршрут та зберегти його на власному смартфоні, вибрати туристичний об'єкт, забронювати квитки, завантажити інформацію рідною мовою, залишити відгуки. Цей засіб дає також змогу забезпечити трансляцію по корпоративному (внутрішньому) телебаченню в готелях туристичної інформації про місто з можливістю вибору мови супроводу.

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

11. Усі елементи смарт-дестинації повинні слугувати туристам та місцевому населенню.

Зупинимося більш детально на практичних аспектах використання одного з напрямів smart-технологій, який досить активно починає використовуватися для розвитку туристичної галузі міст.

Так, упровадження новітніх технологій на рівні муніципалітетів спрямовані передусім на оптимізацію та підвищення якості надання туристичних послуг. Одним із прикладів таких ефективних рішень для розвитку туристичної галузі міста є запровадження City Card.

City Card (картка туриста, карта гостя) – це зручний і сучасний сервіс, який дає змогу відвідувати безліч пам'яток, музеїв, галерей, популярних ресторанів і клубів, розважальних центрів у місті, користуватися громадським транспортом, послугами готелів, хостелів, не купуючи окремі квитки. Фактично це сучасний спосіб побачити все найкраще, що може запропонувати місто, й істотно зекономити свій час і гроші за рахунок безкоштовних преференцій, а також знижок, у тому числі на оплату товарів та послуг.

У практичному аспекті всі City Card абсолютно різні, й кожне місто залежно від своїх особливостей устанавлює правила, ціни та умови їх використання. Зазвичай у комплекті до City Card туристи додатково можуть отримати мапу міста, путівник і каталог зі списком пам'яток, музеїв і екскурсій.

Основні відмінні риси City Card [4]:

- 1) термін дії: від 1 до 10 днів;
- 2) вікова категорія: карти для дорослих, дітей, студентів та пенсіонерів;
- 3) територія охоплення: одне місто, місто та регіон, кілька міст;
- 4) розмір знижок: безкоштовне відвідування цікавих місць і пам'яток або отримання лише певної знижки на візит;
- 5) наявність безкоштовного транспорту: деякі міста пропонують картки, які не включають безкоштовний проїзд громадським тран-

спортом, що особливо актуально для туристів, які пересуваються на власному авто.

У глобальному світі сучасних технологій придбати City Card практично для будь-якого міста можна в Інтернеті. Це дуже зручно для туристів, швидко й подекуди дає змогу економити. Так, у деяких містах під час покупки City Card online пропонується знижка 5% або 10%. Серед іншого, продаж City Card здійснюється у пунктах продажу, зокрема туристичних центрах, екскурсійних компаніях, готелях, виходах з аеропортів/вокзалів.

Систематизацію інформації щодо окремих City Card європейських міст, їхніх назв та офіційних сайтів для online-купівлі представлено в табл. 1.

Якщо розглядати світові масштаби, то City Card як інструмент розвитку туристичної сфери використовують понад 35 міст у 21 країні світу [5]. Необхідність і переваги City Card у туризмі міста вже оцінили не лише туристи, а й органи влади та бізнес. Порівняння вартості City Card та терміну її дії в різних світових містах представлено в табл. 2.

Таким чином, використання City Card є сучасним способом представлення містом своїх найкращих дестинацій для туриста, а з погляду управлінської діяльності – інструментом об'єднання різних суб'єктів туристичного бізнесу міста навколо спільної мети: максимізації доходів бюджету муніципалітету та підприємств за рахунок збільшення кількості туристів.

**Висновки** з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Підсумовуючи вищесказане, зазначимо, що smart-технології становлять основу інноваційних рішень не тільки в комплексному управлінні містами, а й широко застосовуються для розвитку, формування та просування туристичного продукту міста. Це, своєю чергою, дає змогу підвищити якість обслуговування як мешканців, так і туристів, систематизувати інформацію стосовно туристичних ресурсів міста, а також суб'єктів, як надають послуги пересування, розміщення, харчування та організації дозвілля.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Копенгаген признан самым «умным» городом на планете. *K.Fund Media* : вебсайт. URL: <https://kfund-media.com/ru/kopengagen-pryznan-samym-umnym-gorodom-na-planete/> (дата звернення: 12.05.2019).
2. Басюк Д.І., Срібна С.В., Примак Т.Ю. Досвід країн Європейського Союзу щодо розвитку смарт-дестинацій. *Ефективна економіка*. 2019. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6823> (дата звернення: 10.05.2019).
3. Buhalis D., Amaranggana A. Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience through Personalisation of Services. *Information and Communication Technologies in Tourism 2015. ENTER 2015 Proceedings of the International Conference in Lugano*. Switzerland : Springer International Publishing, 2015. P. 377–390.

4. Що таке City Card і як з її допомогою можна економити. *TravelYourWay* : вебсайт. URL: <https://travelyourway.com.ua> (дата звернення: 10.05.2019).
5. What is a City Card. *European Cities Marketing* : вебсайт. URL: <http://welovecitycards.com> (дата звернення: 16.04.2019).

---

**REFERENCES:**

1. K. *Fund Media* (2017) Копенгаген признан самым «умным» городом на планете: Available at: <https://kfund-media.com/ru/kopengagen-pryznan-samym-umnym-gorodom-na-planete/> (accessed 12 May 2019).
2. Basyuk, D., Sribna, S. and Prymak, T. (2019), "Experience of european union countries in the development of smart destination", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 1, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6823> (Accessed 27 May 2019). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.1.8.
3. Buhalis D. Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience through Personalisation of Services / D. Buhalis, A. Amaranggana // *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*. ENTER 2015 Proceedings of the International Conference in Lugano. Switzerland: Springer International Publishing, 2015. P. 377-390.
4. Shho take City Card i jak z jiji dopomoghoju mozhna ekonomyty. *TravelYourWay* (2015): Available at: <https://travelyourway.com.ua> (accessed 10 May 2019).
5. What is a City Card. *European Cities Marketing* (2017) : Available at: <http://welovecitycards.com> (accessed 16 April 2019).