

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Розроблення національного туристичного продукту з використанням
GIS-технологій»**

Студентки 2 курсу, 12М групи,
освітнього ступеня «магістр»,
спеціальності 242 «Туризм»,
спеціалізації «Міжнародний
туристичний бізнес»

Лепетюк
Вікторії
Борисівни

підпис студента

Науковий керівник
канд. пед. наук
доц.

Клімова Алла
Миколаївна

підпис керівника

Гарант освітньої програми
докт. екон. наук,
проф.

Ткаченко
Тетяна Іванівна

підпис керівника

Київ 2020

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра туризму та рекреації

Освітній ступінь «магістр»

Спеціальність 242 «Туризм»

Спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»

Затверджую

Зав. кафедри

Т. І. Ткаченко

« ____ » _____ 2020 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентів

Лепетюк Вікторії Борисівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення національного туристичного продукту з використанням GIS-технологій»

Затверджена наказом КНТЕУ від «18» грудня 2019 р. № 4353.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: до 20.11.2020 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: розробити національний туристичний продукт з використанням GIS-технологій

Об'єкт дослідження: процес розроблення національного туристичного продукту з використанням GIS-технологій

Предмет дослідження: теоретичні, методологічні та практичні аспекти процесу розроблення національного туристичного продукту з використанням GIS-технологій (на прикладі Чернігівської області)

4. Консультанти по роботі із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видано	Завдання виконано
1	Клімова А.М.	18.01.2020 р.	22.05.2020
2	Клімова А.М.	18.01.2020 р.	15.09.2020
3	Клімова А.М.	18.01.2020 р.	01.11.2020

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ З ВИКОРИСТАННЯМ GIS-ТЕХНОЛОГІЙ

1.1. Сутність геоінформаційних систем та технологій в туризмі

1.2. Інноваційні практики використання GIS-технологій при розробленні національного туристичного продукту

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ РОЗРОБЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ З ВИКОРИСТАННЯМ GIS-ТЕХНОЛОГІЙ (НА ПРИКЛАДІ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

2.1. Маркетингові дослідження ринку туристичних послуг Чернігівської області

2.2. Використання GIS-технологій як передумова формування нового туристичного продукту Чернігівської області

2.3. Стейкхолдери туристичного продукту з використання GIS-технологій на національному та регіональному рівні

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТ РОЗРОБЛЕННЯ НОВОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ З ВИКОРИСТАННЯМ GIS-ТЕХНОЛОГІЙ (НА ПРИКЛАДІ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

3.1. Продукти GIS-технологій для підвищення туристичної привабливості Чернігівської області

3.2. Проект інноваційного туристичного продукту Чернігівської області з використання GIS-технологій

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

6. Календарний план виконання роботи:

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	12.09.2019 – 18.12.2019	18.12.2019
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	19.12.2019 – 19.01.2020	18.01.2020
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	20.01.2020 – 22.05.2020	22.05.2020
4.	<i>Написання та оформлення наукової статті</i>	<i>до 22.05.2020</i>	<i>8.05.2020</i>
5.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	23.05.2020 – 15.09.2020	15.09.2020
6.	Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	16.09.2020 – 01.11.2020	01.11.2020
7.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	02.11.2020 – 08.11.2020	8.11.2020
8.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	09.11.2020 – 19.11.2020	18.11.2020
9.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 20.11.2020	19.11.2020
10.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	11.12.2020

7. Дата видачі завдання «18» січня 2020 р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи Клімова А.М.
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Гарант освітньої програми Ткаченко Т.І.
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент Лепетюк В.Б.
(прізвище, ініціали, підпис)

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no text or other markings on the paper.

Відмітка про попередній захист _____ Клімова А. М.
(підпис, дата)

Випускна кваліфікаційна робота студента Лепетюк В.Б.
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри _____ Ткаченко Т. І.
(підпис, прізвище, ініціали)

« » 2020 p.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ З ВИКОРИСТАННЯМ GIS-ТЕХНОЛОГІЙ ...	11
1.1. Сутність геоінформаційних систем та технологій в туризмі	11
1.2. Інноваційні практики використання GIS-технологій при розробленні національного туристичного продукту	17
Висновки до розділу 1	23
РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ РОЗРОБЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ З ВИКОРИСТАННЯМ GIS-ТЕХНОЛОГІЙ (НА ПРИКЛАДІ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)	25
2.1. Маркетингові дослідження ринку туристичних послуг Чернігівської області	25
2.2. Використання GIS-технологій як передумова формування нового туристичного продукту Чернігівської області	46
2.3. Стейкхолдери туристичного продукту з використання GIS-технологій на національному та регіональному рівні	49
Висновки до розділу 2	52
РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТ РОЗРОБЛЕННЯ НОВОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ З ВИКОРИСТАННЯМ GIS-ТЕХНОЛОГІЙ (НА ПРИКЛАДІ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)	54
3.1. Продукти GIS-технологій для підвищення туристичної привабливості Чернігівської області	54
3.2. Проект інноваційного туристичного продукту Чернігівської області з використання GIS-технологій	60
Висновки до розділу 3	72
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	77
ДОДАТКИ	85

ВСТУП

На фоні бурхливого розвитку туризму закономірно постає питання про роль України на світовому ринку туристичних послуг. Розвиток туризму в Україні в умовах сьогодення особливо актуальний, оскільки саме завдяки йому Україна може поліпшити свою соціально-економічну ситуацію.

Сучасний стан розвитку туризму в Україні характеризується зміщенням акценту з виїзного туризму, який донедавна переважав у туристичних потоках, на внутрішній та в'їзний туризм. А це вимагає активної розробки та просування національних туристичних продуктів.

Створення національного туристичного продукту – це складний процес, який вимагає не лише детального вивчення та аналізу туристичної дестинації, але й застосування комунікаційної політики для просування його на внутрішній та міжнародний ринки. Саме застосування картографічного методу дослідження може створювати додаткові можливості для аналізу розвитку туристичної діяльності та прийняття управлінських рішень, для успішного маркетингу тощо.

Інноваційний підхід в туризмі передбачає створення нового або зміну існуючого туристичного продукту та використання передових інформаційних технологій. При всьому різноманітті спеціалізованих картографічних творів туристичного напрямку, слід визнати, що вони створені більше для туристів і туроператорів. Тоді як помітно відчутний брак таких творів для управлінців туристичною галуззю. Потреба в останніх очевидна, так як відчутною є необхідність виваженого прийняття рішень в питаннях організації процесів туристичної діяльності та інфраструктури туризму. Сучасні технології, особливо GIS-технології, можуть значно допомогти в вирішенні цих питань. Вони також можуть служити потужним інструментарієм у визначенні туристичної привабливості території, що досліджується.

Актуальність даного дослідження полягає саме у розробленні стратегії

формування національного туристичного продукту, пошуку туристично привабливих територій для формування на них туристичних кластерів, пошуку шляхів проведення маркетингових досліджень та просуванні туристичного продукту на зовнішній ринок.

Метою даної випускної кваліфікаційної роботи є розроблення національного туристичного продукту з використанням GIS-технологій.

Завдання роботи:

- проаналізувати інноваційні практики використання GIS-технологій при розробленні національного продукту;
- провести маркетингові дослідження ринку туристичних послуг Чернігівської області;
- дослідити поширення туристичних об'єктів по території Чернігівської області та створити відповідні карти;
- розробити продукти GIS-технологій, які будуть сприяти підвищенню туристичної привабливості Чернігівської області.

Об'єктом даного дослідження є процес розроблення національного туристичного продукту з використанням GIS-технологій.

Предмет дослідження: теоретичні, методологічні та практичні аспекти процесу розроблення туристичного продукту з використанням GIS-технологій (на прикладі Чернігівської області).

У вітчизняній літературі звертається увага на необхідність застосування сучасних інформаційних та інноваційних технологій для розвитку туризму. Використання інформаційних систем і зокрема GIS-технологій у туризмі вивчали: Мельник А.В., Глебова А.О., Мельниченко С.В., Лутай А.П., Артеменко О.І., Пасічник В.В., Прасул Ю.І., Кулик В.Б., Єгорова В.В., Кунанець Н.Е., Савчук В.В., Міхєєв І.А., Носкова В.В., Черняга П.Г., Чудаколов А. Ю., Готинян В.С., Томченко О.В., Семененко А.В., Виклюк Я.І., Купач Т.Г. та ін. Також широко освітлюються питання розробки практичних рекомендацій щодо просування туристичного продукту через Інтернет для

донесення інформації про певний вид послуг до споживачів, аналізу інформаційних систем оброблення даних туристичної сфери [69]. Методика виявлення пріоритетного освоєння туристично-рекреаційних територій на основі ГІС-технологій описана у праці [10].

Наукові дослідження з туристичного картографування проводять у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка [11; 15, 2422; 43; 44], Державному науково-виробничому підприємстві (ДНВП) «Картографія» [38; 39]. Ґрунтовною розробкою наукових основ системного картографування для потреб туризму займаються в Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна, приділяючи увагу питанню інформаційно-картографічного забезпечення туризму [35; 41; 52].

Існують дослідження іноземних науковців з представлення туристичної інформації на картах у веб-просторі [75]; за темою особливостей туристського картографування з використанням ГІС [73], з теоретичних положень туристської картографії та особливостей наповнення їхнього змісту [74].

Таким чином розглядалися проблеми та перспективи застосування сучасних GIS-технологій для розвитку туризму, розкривався досвід їхнього впровадження при вирішенні практичних завдань. Однак не робився акцент на можливостях їхнього використання для створення національного туристичного продукту.

Наукова новизна даного дослідження полягає у використанні картографічного методу дослідження та методу просторового аналізу для створення нових туристичних продуктів GIS-технологій.

В процесі виконання випускної кваліфікаційної роботи використовувалися такі методи, як: наукове моделювання, картографічний метод дослідження, а також загальнонаукові методи дослідження: аналіз, узагальнення, пояснення, системний метод.

Інформаційними джерелами даної роботи є: закони України, статистичні довідники, інтернет-джерела, відкриті дані у вигляді наборів shp-файлів,

картографічні матеріали, наукова література.

Практична цінність проведеного дослідження полягає у створенні багат шарової цифрової карти туристичних об'єктів та об'єктів туристичної інфраструктури Чернігівської області, їх геовізуалізації з метою прийняття управлінських рішень, у формуванні національного туристичного продукту, сприянні його просуванню на внутрішній та міжнародний ринки.

Апробація результатів дослідження. Основні положення випускної кваліфікаційної роботи опубліковані в статті «Можливості GIS-технологій при розробленні національного туристичного продукту» у Збірнику наукових статей студентів заочної форми навчання «Туристичний бізнес: виклики та можливості» (Додаток А). Також автором опубліковано 2 статті, пов'язані з темою дослідження [23; 76], одна з яких у виданні, що відноситься до міжнародної наукометричної бази даних Scopus.

Обсяг і структура роботи: дана робота складається з вступу, 3 розділів та висновків до них, загальних висновків та пропозицій, списку використаних джерел літератури, додатків. Випускна кваліфікаційна робота містить 39 рисунків (25 з них розроблено автором), 9 таблиць (6 з них розроблено автором), 80 джерел літератури.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ З ВИКОРИСТАННЯМ GIS-ТЕХНОЛОГІЙ

1.1. Сутність геоінформаційних систем та технологій в туризмі

Геоінформаційні системи (GIS або ГІС) – це сучасні комп'ютерні технології, що дозволяють поєднати модельне зображення території (електронне відображення карт, схем, космо-, аерозображень земної поверхні) з інформацією табличного типу (різноманітні статистичні дані, списки, економічні показники тощо) [48].

ГІС – це також інтегрована сукупність апаратних, програмних та інформаційних засобів, що забезпечують введення, збереження, обробку, маніпулювання, аналіз і відображення (представлення) просторово-координованих даних. ГІС включають машинно-програмний комплекс і бази даних (БД). База даних – іменована сукупність даних, що відображає стан об'єктів та їх відношень у визначеній предметній області [48]. Розрізняють БД картографічні і атрибутивні.

Центральна частина ГІС – цифрова карта, яка називається базовою картою. Базову карту супроводжують тематичні карти різного масштабу, а також аеро- і космознімки. ГІС-технології дозволяють диференціювати, та інтегрувати інформацію: «видаляти» тематичні «шари» цифрової карти, або, навпаки, здійснювати накладання шарів один на одного, що дає можливість створювати нові карти, проводити просторовий аналіз.

Інтерактивні карти, впроваджені в ГІС, являють собою автоматизовану картографічну систему збору, обліку, накопичення та відображення інформації про об'єкти. Такі карти, розміщені на веб-сайтах, допомагають впорядкувати велику кількість просторової інформації, сприяють підвищенню ефективності використання ресурсів. Інтерактивна карта дозволяє: автоматизувати облік та

проводити моніторинг об'єктів; створювати умови для оптимізації певного сектору економіки; залучати інвесторів. Впровадження веб-карти – сучасний спосіб прийняття обґрунтованих управлінських рішень, а також спосіб, який забезпечує прозорість інформування про стан господарства.

Створення ГІС – один з видів загальнодержавних топографо-геодезичних і картографічних робіт [49]. ГІС-технології загалом мають дуже широкий діапазон користувачів. Туризм – одна з традиційних галузей застосування геоінформаційних систем та технологій. ГІС-технології настільки популярні, що привернули увагу Всесвітньої Туристичної Організації, яка, серед різноманітних заходів, планує створення глобальної мережі обміну туристичною інформацією з метою об'єднання існуючих регіональних систем в єдину міжнародну мережу [31].

GIS-технології в туристичній сфері використовуються здебільшого для підготовки туристичних карт, буклетів та іншої друкованої продукції. Для територій, які володіють унікальним природним потенціалом або мають історико-культурне значення, доцільно розроблювати ГІС з метою створення інтерактивних картографічних веб-ресурсів туристичного спрямування [9].

Для ефективного управління рекреаційною та туристичною діяльністю розробляються й ефективно використовуються орієнтовані на рекреацію туристичні ГІС. Ефективно управляти – це швидко й оптимально вирішувати виникаючі проблеми в конкретній ситуації на основі її аналізу та прогнозування. Тому, в ГІС необхідно використовувати базову (довготривалу) інформацію, що швидко змінюється. Подібна інформація повинна оновлюватись, бути достовірною, містити різноманітні тематичні шари. Крім того, ГІС, що орієнтована на туризм і рекреацію, повинна володіти необхідним набором функцій. Геоінформаційна система вирішення завдань оптимізації туристичної галузі в Україні може бути виконана на наступних рівнях (рис.1.1) [67]:

- національному (вся Україна);

- регіональному (на рівні область-район);
- місцевому (окремий населений пункт, група населених пунктів);
- об'єктному (великий туристичний об'єкт: національний природний парк, історико-культурний заповідник).

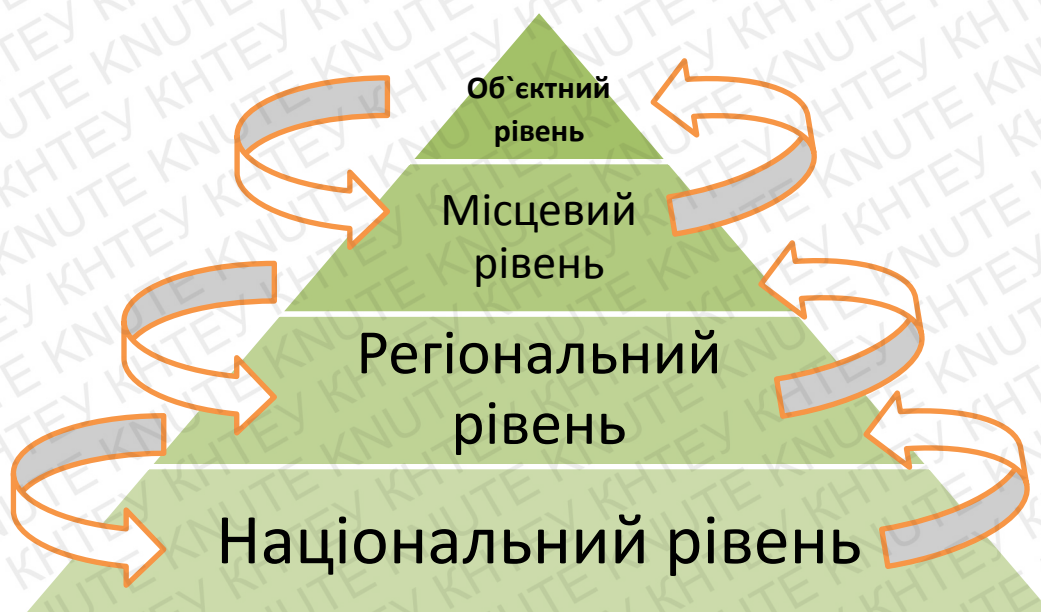


Рис.1.1. Рівні ієрархії туристичної галузі

Прикладами туристичних ГІС регіонального рівня можуть бути: ГІС Тернопільщини [18], геопортал «Чернігівщина туристична» [66].

Стрімкий розвиток геопросторових даних туризму привів до масового виробництва туристичних геопорталів, каталогів, навігаційних карт тощо. Іншим аспектом масового поширення ГІС є використання геопросторових даних органами державної влади та місцевого самоврядування з метою створення і ведення кадастрів природних ресурсів та нерухомості, а також в інформаційних системах для забезпечення містобудівної діяльності, моніторингу стану навколишнього середовища та в інформаційних системах підтримки прийняття рішень. Збереження туристично-рекреаційного потенціалу, його подальший розвиток пов'язують з широким використанням сучасних інформаційних технологій (рис. 1.2) [67].

Набір і зміст туристичних карт повинні постійно оновлюватися та розширюватися. Картографічна БД має спиратися на різноманітну атрибутивну

інформацію і атрибутивні БД. Важливо використовувати картографічну інформацію у векторному та растровому форматах, і регулярно оновлювати її.



Рис.1.2. Сучасні інформаційні технології як геоінформаційне забезпечення розвитку туризму

Застосування GIS-технологій для туроператорів, в першу чергу, має на меті автоматизацію процесу створення туристичного продукту, а саме:

- швидкий пошук необхідної інформації (наявність і кількість підприємств розміщення та харчування, наявність вільних місць, вартість послуг; наявність анімаційної інфраструктури – театрів, музеїв, розважальних закладів;
- пошук транспортних підприємств (станцій обслуговування, заправок і паркінгів);
- оптимізація маршруту та відпрацювання особливостей орієнтування за способом пересування в різних видах туризму;
- розрахунок відстаней і термінів за маршрутом, тобто допомога в розробці програми туру або екскурсії;
- пошук ділянок для проведення спортивних змагань, квестів, зльотів, розташування таборів тощо;
- впровадження сучасних транспортних інформаційних та

навігаційних систем, включаючи супутникові засоби ідентифікації місцезнаходження транспортних засобів;

- забезпечення безпеки туристів на маршруті за допомогою GPS-технологій, що може стати конкурентною перевагою підприємств, діяльність яких спрямована на задоволення потреб споживачів з достатком, а також іноземних туристів, оскільки для них безпека є одним із важливих факторів вибору подорожі;

- знакування туристичних планів, туристичних (пішохідних і велосипедних) маршрутів та міжнародних туристичних шляхів з використанням цифрових електронних карт.

Разом із загальними картами до складу ГІС туристичної галузі повинні входити БД спеціалізованих цифрових карт, що характеризують рекреаційні та туристичні об'єкти [17].

Заслуговує на увагу така сфера діяльності в туристичній індустрії, як інженерне обґрунтування та проектування нових туристичних маршрутів та рекреаційних зон. В цьому контексті особливо актуальною є підготовка фахівців, які здатні проводити інженерний аналіз та оцінку природно-територіальних ресурсів для туристично-рекреаційного освоєння територій, зокрема геодезичне та картографічне забезпечення вибору місця та будівництва туристичних та готельних комплексів. Мова йде про геоінженерне проектування генпланів, комунікаційних мереж, доріг на базі системи автоматизованого проектування та ГІС-технологій.

Підготовка фахівців, окрім загальних спрямувань у туризмознавстві, повинна бути спрямована також на геоінформаційне і навігаційне забезпечення та інженерію туризму: інженерно-технічне забезпечення оптимального функціонування туристичної галузі, починаючи від проектування і будівництва туристично-готельно-курортних комплексів до їх екологічно безпечної експлуатації. Основними напрямками майбутньої діяльності таких фахівців можуть бути:

- розробка ГІС інфраструктури туристично-готельно-курортних комплексів та інформаційно-туристичних матеріалів, створення інформаційно-аналітичних БД туризму для стратегічного управління розвитком як підприємств, так і всієї туристично-рекреаційної сфери;
- планування розвитку туристично-готельно-курортних комплексів з максимальним використанням рекреаційного потенціалу території та збереженням біологічного і ландшафтного різноманіття, забезпеченням екологічної безпеки майбутніх рекреантів;
- проектування рекреаційно-туристичної діяльності, об'єктів туризму, готелів, санаторно-курортних споруд, гірськолижних баз, підйомників, стадіонів, туристичних маршрутів тощо;
- оцінка впливів на навколишнє середовище туристично-готельно-курортних об'єктів згідно державних будівельних норм, як складової частини проектної документації;
- екологічна експертиза техніко-економічних обґрунтувань інвестицій, техніко-економічних розрахунків, робочих проектів будівництва та реконструкції об'єктів туристичної індустрії;
- забезпечення систем екологічної безпеки та рятувально-пошукової служби туризму, безпеки туристів на маршруті за допомогою GPS-технологій, впровадження сучасних транспортних інформаційних та навігаційних систем, включаючи супутникові засоби ідентифікації місцезнаходження транспортних засобів;
- розробка туристичних карт, путівників, буклетів, рекламних матеріалів, знакування туристичних маршрутів та міжнародних туристичних шляхів з використанням цифрових електронних карт;
- виконання інших туристичних послуг за завданням державних, приватних та міжнародних туристичних агенцій.

Залучення фахівців такої спеціалізації та подібних інновацій на підприємствах туристичної галузі прискорить розвиток внутрішнього і в'їзного

туризму, покращить інвестиційний клімат (за рахунок надання інформації, в тому числі інвесторам), що в свою чергу сприятиме розвитку не лише туристично-рекреаційної сфери, а й економіки загалом.

Актуальним питанням є також виявлення територій для найбільш пріоритетного туристично-рекреаційного освоєння. Інформація про територіальний розподіл привабливих у туристичному відношенні об'єктів необхідна для правильного розподілу фінансових потоків, що спрямовуються на розвиток туристичної галузі, між регіонами. За таким розподілом можна виявити і найменш розвинені у туристичному відношенні території, які потребують розвитку. Отже використання ГІС-технологій має велике значення в проектуванні туристичної діяльності.

У наукових публікаціях все більше уваги приділяється необхідності застосування сучасних інформаційних технологій для розвитку туризму, інноваційним технологіям у туристичній галузі. Широко освітлюються питання розробки практичних рекомендацій щодо просування туристичного продукту через інтернет для донесення інформації про певний вид послуг до споживачів, аналізу інформаційних систем оброблення даних туристичної сфери [17].

Таким чином, ГІС-технології можуть допомогти скрізь, де використовується просторова інформація та інформація про об'єкти, що знаходяться в просторі [31] та надають туризму значні переваги.

1.2. Інноваційні практики використання GIS-технологій при розробленні національного туристичного продукту

Під національним туристичним продуктом розуміють не тільки окремі тури, маршрути, путівники та туристичні картографічні твори, але і цілі регіони, наприклад, області, які є особливим видом продукту, зумовленим географічними особливостями [34].

Використання ГІС у туризмі має давню історію. Одними з перших ці технології стали застосовувати у країнах, де туристичні ресурси тільки но почали залучатись до використання [21]. Це стосувалося передусім такої сфери,

як екологічний туризм.

Прикладом використання ГІС у туризмі є розробка компанії Sightsmar. Компанія створила теплокарти «туристичності» (карти популярності пам'яток світу) [77]. На основі аналізу кількості фотографій туристів, викладених на сайті Panoramio і географічно прив'язаних до певних точок на місцевості, намальовані зони, за якими можна виділити райони, найбільше та найменше відвідувані туристами.

Цікавою для туристів є теплокарта активних видів спорту Strava [79]. Вона містить інформацію про вело- та бігову активність в усіх точках світу. Теплокарти відображають треки тренувань, які записані учасниками за декілька років. За яскравістю ліній можна уявити, наскільки популярна дорога, наприклад, у велосипедистів. Тоді як відсутність яскравого кольору дороги в густонаселеному районі свідчить про її непрохідність внаслідок якоїсь причини (непрохідність, заболоченість, сильна крутизна тощо).

Прикладом використання ГІС-технологій для туризму є інтерактивна карта ризиків для мандрівників [80], яка допомагає визначити найризикованіші країни для подорожей у 2020 році з точки зору небезпеки для життя і медичних ризиків (рис. 1.3) [71].

Іншим прикладом є карта сприйняття туристами різних міських районів. Після відвідування локацій туристи оцінюють свої враження за рейтинговою шкалою.

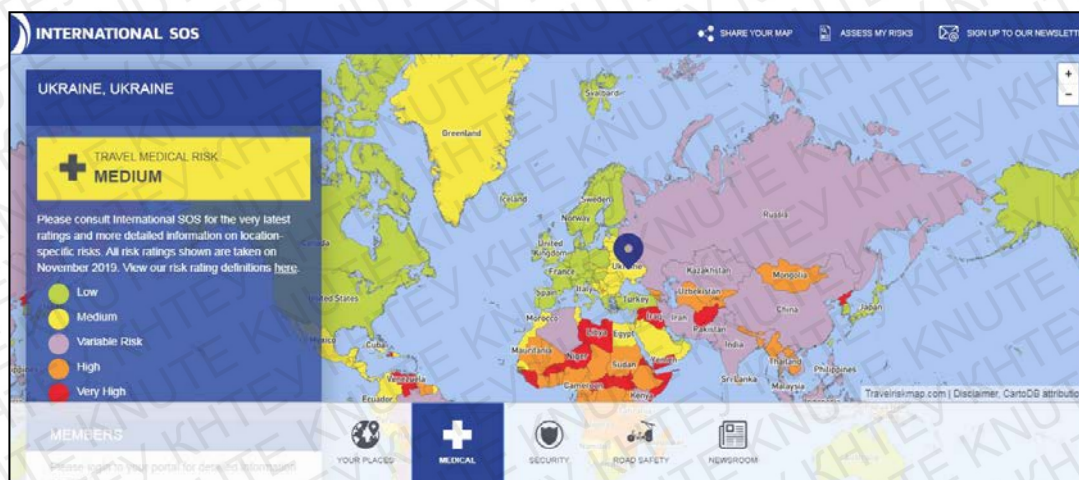


Рис. 1.3. Фрагмент інтерактивної карти медичних ризиків

Вона переводиться на карту у вигляді точок різного кольору, які відображають суб'єктивні уявлення подорожуючих про безпеку, обслуговування та зручності. Карти створені на платформі Airbnb та показують аналіз даних багатьох відомих туристичних місць світу.

У створенні інноваційних інтерактивних карт мають досягнення і вітчизняні розробники. У 2015 р. Департамент міжнародного співробітництва та туризму Львівської облдержадміністрації спільно з Львівським обласним управлінням лісового та мисливського господарства розробили інтерактивну карту відпочинкових місць у лісах Львівської області (рис. 1.4) [42].

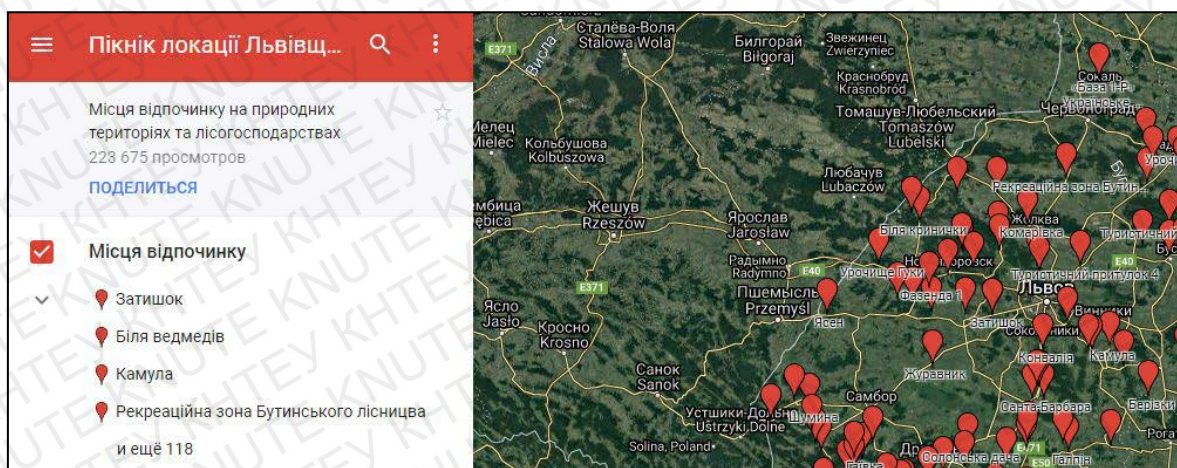


Рис. 1.4. Фрагмент карти відпочинкових місць у лісах Львівської області

У 2014 році компанія Google Україна почала масштабну кампанію «Цифрове перетворення регіонів України». Її мета – розкрити туристичний та інвестиційний потенціал країни. Першою областю, що відкрилася для віртуальних мандрів, стала Херсонщина (проект «Мандруй Херсонщиною»). За 4 роки у співпраці з місцевими державними адміністраціями проект був реалізований в 14 областях. Так, спільно з одеською міською владою у 2016 році була створена інтерактивна туристична карта Одеської області (рис. 1.5) [42]. На ній представлені пам'ятки, а також маловідомі туристичні об'єкти області у форматі фотосфер, фототурів, відео та фото. Крім того є можливість переходу на карти районів, де можна вибрати місцеві визначні пам'ятки і прочитати опис об'єкта [58].



Рис. 1.5. Фрагмент інтерактивної карти Одеської області

У 2016 р. створені інтерактивні туристичні карти: «Сховані скарби Миколаївщини» [47], «Мандруй Кіровоградщиною», «Мандруй Івано-Франківщиною». Сайти проекту різняться за тематикою й наповненням. Так, наприклад, проект «Мандруй Івано-Франківщиною» зосереджується на автентичній культурі та історії краю: тут можна здійснити віртуальну екскурсію музеєм писанок у Коломиї чи проїхатися Карпатським трамваем.

У 2017 році з'явилися проекти «Мандруй Черкащиною», «Мандруй Вінниччиною». Подібні карти отримали Дніпропетровська та Запорізька області, а у 2018 р. – Сумська («Подорожуй Сумською областю»), Київська («Мандруй Київщиною») та Харківська (рис. 1.6) [28].



Рис. 1.6. Фрагмент інтерактивної карти Харківської області

Для туристів зібрані регіональні пам'ятники архітектури і краси

природи. Можна вибирати локації, більше дізнаватися про них і про їхнє розташування, графік роботи, про цікаві місця навколо. Частина локацій можна подивитися і в 3D-турах [28].

Також компанія «Google Україна» вперше для українських регіонів запустила інформаційну платформу «Запоріжжя спортивне» з БД спортсменів та інформацією про спортивні новини міста, адреси спортивних майданчиків, а також профілі дитячо-юнацьких спортивних шкіл з розбивкою за видами спорту.

У 2016 році на сервісі «Google Maps» запрацював інтерактивний атлас «Туристична Житомирщина», який наразі вміщує 655 тематичних туристичних об'єктів. Його розробляли місцеві велотуристи за власним контентом [57].

В рамках проекту «Мандруй Україною», де розміщені інтерактивні карти, 3D-тури та панорами, як туристичні напрямки представлені усі області України, за виключенням АР Крим [27].

В тестовому режимі запущена інтерактивна карта об'єктів соціальної інфраструктури, яка розробляється за ініціативою Кабінету Міністрів та Міністерства регіонального розвитку [37].

Міністерство культури спільно з Інститутом географії НАН України запустили інтерактивну карту реєстру нерухомих пам'яток України (рис. 1.7) [36].

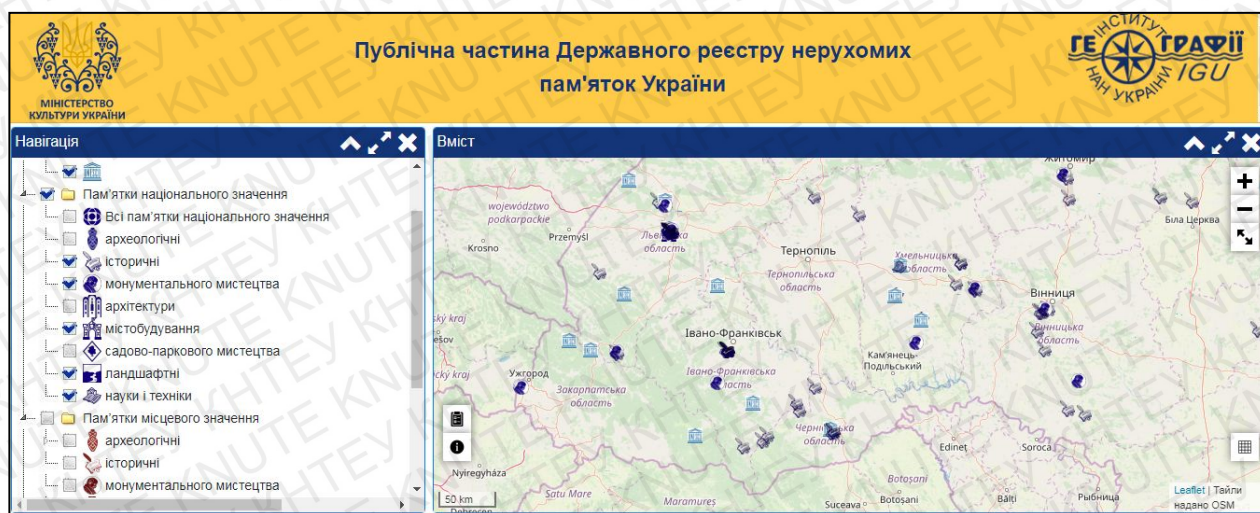


Рис. 1.7. Фрагмент інтерактивної карти реєстру нерухомих пам'яток України

У 2018 р. для збереження інформації про архітектурні пам'ятки, документальної фото-фіксації того, що найчастіше знаходяться на межі зникнення запущено проект «Українські пам'ятки архітектури. Спадщина» (рис. 1.8) [60]. В ньому висвітлюються відновлювані і відновлені пам'ятники архітектури, культові будови та інші історичні пам'ятки.

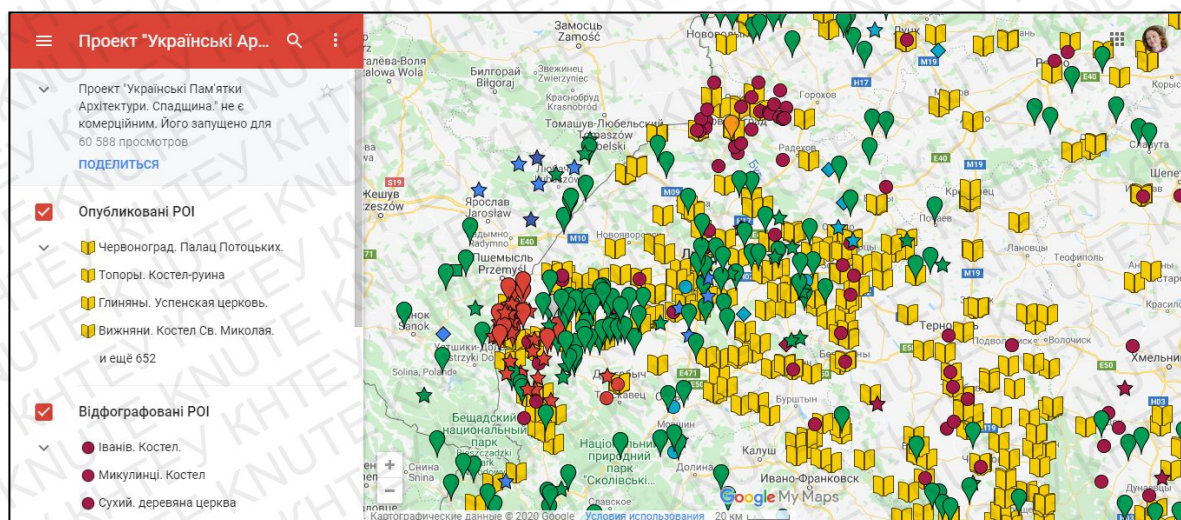


Рис. 1.8. Фрагмент інтерактивної карти українських пам'яток архітектури

Влітку 2020 р. на платформі Google.maps з'явилася інтерактивна карта визначних місць України – «Що подивитись – Україна» з яскравими фотознімками (рис. 1.9) [70]. Згідно з авторською концепцією, туристичні об'єкти в цьому проекті відсортовані не за типом, а за рівнем цікавості – це суб'єктивний підхід її автора – мандрівника Володимира Омелюха [70].

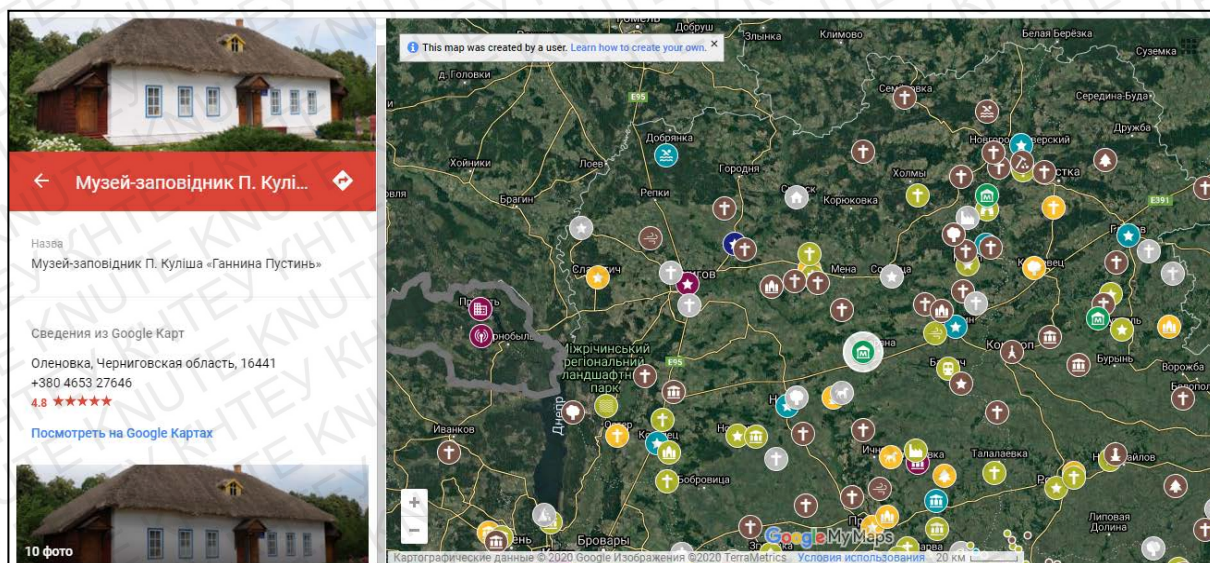


Рис. 1.9. Фрагмент інтерактивної карти визначних місць України

Отже, бум на інтерактивні туристичні карти та геопортали з ними в світі та в Україні набуває масового характеру та надалі, з розвитком інформаційних систем, буде розвиватися, збільшуючи кількість потенційних користувачів ними.

Висновки до розділу 1

Враховуючи поступове зміщення акцентів у туризмі з подорожей відпочинкового характеру на змістовні, пізнавальні тури, з'являються та набувають нових рис такі види туризму, як зелений туризм, еко-туризм, вело-туризм, замковий туризм, гастро-туризм тощо. Туристична мода піднімає на пік масової популярності застосування сучасних електронних пристроїв, як під час планування подорожі, так і впродовж неї. Вони покликані бути помічниками для визначення місцеположення туриста в просторі, пошуку необхідної довідкової інформації, прокладання маршрутів, фіксації локацій та подоланого шляху, а також для накопичення фідбеків.

Практичні потреби будь-якої категорії туристів постійно вимагають інформації географічного характеру, і тому картографічний супровід подорожі є не лише бажаним атрибутом, але навіть обов'язковим елементом орієнтування у просторі. Поєднання картографічної складової та електронних пристроїв у туризмі відбувається завдяки новим інформаційним технологіям, серед яких ГІС-технології займають вагоме місце. Їх поєднує просторовий аспект, який сплітає в одне ціле туризм, інформатику, географію та картографію.

Функціональність та потужність ГІС-продуктів постійно збільшується, а відтак збільшується кількість користувачів ГІС серед споживачів та розробників туристичних послуг. Застосування сучасних геоінформаційних технологій є і буде залишатися перспективним для туризму з огляду на те, що ГІС-аналіз території дозволяє виявляти тенденції поширення явищ, аномалії у їхньому розподілі, а також є передумовою для прогнозування. Аналіз

картографічної інформації засобами ГІС дає можливість визначати просторові закономірності поширення процесів чи явищ, а також аналізувати умови та фактори, які впливають на їх розміщення, давати прогноз їх розвитку в просторі.

Основними задачами, що можуть вирішуватись за допомогою ГІС, в туризмі є такі: створення електронних версій популярних туристичних маршрутів; визначення місцезнаходження туристів, туристичних об'єктів, транспортних засобів тощо; прокладання туристичного маршруту; інформаційно-технологічний супровід туриста під час подорожі; планування подорожі; реалізація турів у віртуальному режимі, побудова та використання 3D-версій зображень туристичних об'єктів; побудова тематичних цифрових карт; поширення інформації про туристичний об'єкт; аналіз туристичних потоків та просторового розподілу туристичних ресурсів; пошук різномірної інформації з галузі туризму в контексті просторового розміщення об'єктів.

Однак, незважаючи на збільшення кількості сучасних інтерактивних туристичних карт та геопорталів з ними, як основний засіб підтримки рішень ГІС залишаються поки що надбанням невеликої кількості технічно підготовлених інтелектуальних користувачів.

РОЗДІЛ 2

ПЕРЕДУМОВИ РОЗРОБЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ З ВИКОРИСТАННЯМ GIS-ТЕХНОЛОГІЙ (НА ПРИКЛАДІ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

2.1. Маркетингові дослідження ринку туристичних послуг Чернігівської області

Маркетингові дослідження ринку туристичних послуг передбачають визначення умов, при яких найповніше задовольняється попит населення у туристичних послугах і створюються передумови для збуту таких послуг. Такий аналіз проводиться для вивчення туристичного потенціалу регіону, доступних у ньому видів туристичної діяльності, діагностики туристичного ринку та його стратегічного планування.

Просування туристичного продукту – комплекс заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації туристичного продукту чи туристичних послуг (організація рекламних подорожей, участь у виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо) [50].

Чернігівська область – одна з 25 регіональних туристичних дестинацій в межах України відповідно до адміністративно-територіального поділу [25]. Вона розташована у північній частині України та межує з Російською Федерацією (має 199 км держкордону) на півночі, Білоруссю (227 км держкордону), Сумською областю на сході, Полтавською областю на півдні та Київською областю на південному заході (рис. 2.1).

Дана дестинація є унікальною як за площею (вона посідає друге місце серед усіх областей України), так і за своїми фізико-географічними та історико-культурними особливостями. Чернігівська область є найменш заселеною в Україні, крім того характеризується асиметричністю в системі розселення (певні райони віддалені від обласного центру на відстань понад 100-200 км – рис. 2.2).

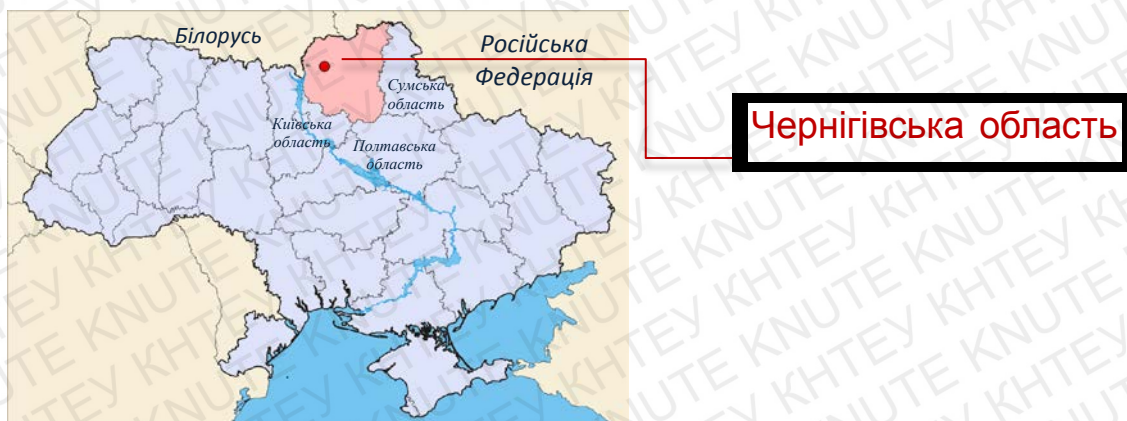


Рис. 2.1. Чернігівська область на терені України

Джерело: створено автором за матеріалами wikipedia.org



Рис. 2.2. Адміністративна карта Чернігівської області

Джерело: створено автором за матеріалами wikipedia.org

В області 22 райони та 3 міста обласного значення: Чернігів, Ніжин, Прилуки. Область віднесено до середньоурбанізованих регіонів. Райони суттєво відрізняються як за територією (найменша – у Срібнянському, Варвинському, Талалаївському районах – в межах 579-633 км², найбільша – у Козелецькому – 2660 км²), так і за чисельністю населення. В області (крім 3-х густозаселених великих міст) є 11 районів із дуже низькою густотою населення (менше 19-ти осіб/км²), більшість з яких розміщені на півночі області та в

значній віддаленості від обласного центру (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Адміністративний устрій Чернігівської області

Джерело: створено автором

Населення розподіляється нерівномірно – від 7 осіб на км² у Новгород-Сіверському районі, до 29 осіб на км² у Бахмацькому. Значно різняться території і в економічному розвитку. За рахунок від'ємного природного приросту в області прослідковується тенденція до постійного зменшення чисельності населення [55]. За даними Держкомстату України (станом на 01.01.2019 р.) область стоїть на 4 місці по Україні за кількістю об'єднаних територіальних громад – 42 одиниці [29]. Чернігівська область разом з Київською та Черкаською областями входить до складу Столичного рекреаційно-туристичного району (Додаток Б). Значний природно-ресурсний потенціал цього району робить туризм та рекреацію одним з пріоритетних напрямів розвитку даного району.

Чернігівщина має потужні природні ресурси для розвитку туризму. Близько 20% її території вкрито лісами, налічується понад 3,3 тис. водойм. Територією області протікає 1570 річок загальною довжиною близько 8,5 тис. км. Найбільші річки – це: Дніпро, Десна з притоками Сейм, Остер, Снов, Убідь, Удай.

Область налічує 663 об'єкта природно-заповідного фонду (23 природоохоронні території загальнодержавного значення та 639 об'єктів місцевого значення, які складають сукупно 254,533 тис. га). Це найбільша серед усіх областей в Україні кількість природоохоронних територій. Заповідні об'єкти займають 7,8% від території усієї області. Чернігівщина має спелеоресурси антропогенного походження – підземні монастирі, які можуть виступати у якості рекреаційно-туристичних ресурсів.

За кількістю пам'яток національного значення (в області їх 211), Чернігівщина тримається на 4 місці в Україні (після Львівської, Волинської областей та АР Крим). Це єдина область України, в якій зберіглася третина архітектурних пам'яток давньоруської доби. Більшість із них знаходиться в Чернігові [1].

На державному обліку в області знаходиться понад 9000 пам'яток культурної спадщини. 14 населених пунктів області включені в перелік історичних поселень України, три з них мають тисячолітню історію (м. Чернігів, м. Новгород-Сіверський та селище Любеч – рис. 2.4). Місто Чернігів має значний потенціал для розвитку туризму та дуже високий індекс туристичної привабливості [46].

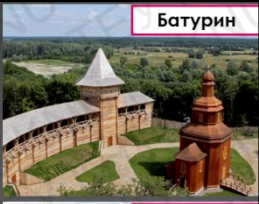
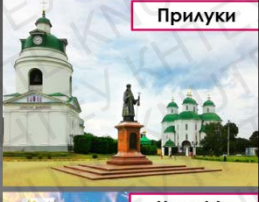
Назва історичного поселення	Дата заснування або першої писемної згадки	
м. Батурин	1625 рік	 Батурин
м. Борзна	1239 рік	
м. Ічня	XIV століття	
смт Козелець	початок XVII століття	 Прилуки
смт Короп	XIII століття	
смт Любеч	882 рік	
м. Ніжин	1147 рік	 Чернігів
м. Новгород-Сіверський	989 рік	
м. Остер	1098 рік	
м. Прилуки	1085 рік	
смт Седнів	1068 рік	
смт Сосниця	1234 рік	
смт Срібне	1174 рік	
м. Чернігів	VII століття	

Рис. 2.4. Історичні поселення Чернігівщини

Джерело: розроблено автором

На Чернігівщині налічується 37 музейних установ, в тому числі 3 національних заповідника. Це культурно-історична дестинація «Чернігів стародавній», «Гетьманська столиця» та «Качанівка», а також меморіальний комплекс «Пам'яті Героїв Крут» (рис. 2.5).



Рис. 2.5. Історико-культурний потенціал Чернігівської області

Джерело: розроблено автором

За кількістю музеїв Чернігівщина займає 3 місце в Україні (після Київської та Полтавської областей). В області збереглися гетьманські палаци (наприклад, палац К. Розумовського в Батурині). Широко відомі серед туристів атракції – це такі, як: Блакитні озера, печери у Любечі, Тростянецький парк, Міжріченський регіональний ландшафтний парк, тощо.

В Чернігівському краї виявлено багато поселень та стоянок, а унікальні знахідки в селі Мезині не мають собі рівних у світовій археології. Цей край славиться великою кількістю пам'яток історії та архітектури XI-XII та XVII-XIX століть, понад 200 з яких мають світове значення. Це земля легенд, символ нескореності козацького духу, тут міститься єдиний у світі музей пам'ятки «Слово о полку Ігоревім» (місто Новгород-Сіверський).

Традиційно популярними місцями, які приймають основну масу

туристичних потоків, є Чернігів, Батурин, Качанівка, Тростянець, Седнів, Новгород-Сіверський тощо [12].

Станом на 01.01.2020 в області функціонує 746 клубних закладів, 687 публічних бібліотек, 4 театри, 1 обласний філармонійний центр фестивалів та концертних програм, 39 мистецьких шкіл, 2 коледжі [16]. Збільшується кількість проведених централізованих заходів в галузі культури: з 41 у 2014 р. до 211 у 2018 р. Діяльність театральньо-видовищних закладів області з 2014 по 2018 роки покращилася, про що свідчать дані таблиці 2.1 [55]:

Таблиця 2.1

**Діяльність театральньо-видовищних закладів
Чернігівської області**

Рік	Кількість вистав та концертних програм, од.	Кількість глядачів, тис. осіб	Сума доходу, тис. грн.	Нові вистави та концертні програми, од.	Гастрольні заходи по Україні, участь у фестивалях, од.	Гастрольні заходи за кордон, од.	Проведені фестивалі, од.
2014	1543	281,83	378,011	91	50	4	3
2015	1704	311,8	5071,632	90	54	6	5
2016	1815	391,8	6780,543	85	95	51	6
2017	1825	420,2	7663,0	88	60	18	6
2018	1851	447,5	10386,8	94	105	23	7

Але треба відзначити, що Чернігівщина наразі є однією з найбідніших в Україні за кількістю спортивних установ.

Транспортна мережа Чернігівської області характеризується такими особливостями:

- 20 районів області мають вихід на залізничні магістралі;
- через область проходить Критський міжнародний коридор № 9

(поєднує Україну, Білорусь, Росію, Польщу, Скандинавію і Західну Європу;

- головні залізничні вузли: Бахмач, Ніжин, Прилуки;
- автомагістралі: Київ – Чернігів – Санкт-Петербург, Київ – Ніжин – Москва, Чернігів – Прилуки – Черкаси;
- автотранспортом щорічно перевозиться понад 55 млн. пасажирів;
- функціонує 53 автостанції, 482 автобусні маршрути;
- автобусне сполучення мають 1328 населених пунктів;
- розгалужена система регіональних водних шляхів. Судноплавство розвинене по Дніпру, Десні, Сожі, частково по Снову та Сейму;
- митниці: на кордонах розташовано 11 пунктів пропуску.

На Чернігівщині нараховується понад 90 колективних засобів розміщення (готелі, мотелі, хостели, туристичні комплекси, гостьові будинки тощо). Серед них є сучасні готелі та відпочинкові комплекси. Це еко-готель «ШишкіNN», туристично-готельний комплекс «Бреч», історико-культурний центр «Вітрила Міклухо-Маклая», туристичний комплекс «Голубі озера», «Riverside», готелі: «Уют», «Україна», «Олександрія», «Reikartz» та інші. В області нараховується близько 900 підприємств ресторанного господарства. Найбільш популярними є 53 заклади харчування, серед яких дуже відомі такі: «Вакула», «Полісся», «Riverside», «Могорич», «Велюров», «Джорджія», «Альфонсо», «White Royal», «La ToRRe» тощо.

Детальний огляд місцеположення визначних місць та об'єктів природно-заповідного фонду Чернігівської області можна побачити на карті в атласі «Туристичне намисто», складеному у 2011 р. ДНВП «Картографія» (Додаток В).

Чернігівщина як дестинація має сприятливі умови для динамічного розвитку різних видів туризму. Найбільш популярними в області є екскурсійний, екологічний (зелений), сільський та активний туризм. Є можливості для розвитку лікувально-оздоровчого, релігійного та подієвого (фестивального) туризму.

Сільський та зелений туризм – пріоритетні напрями розвитку даної DESTИНАЦІЇ. Відпочинок на селі пропонують понад 40 садиб та баз відпочинку. Сільський туризм активно розвивається в Чернігівському, Коропському, Ічнянському, Ріпкинському районах та передмісті Чернігова. Найбільш відомі: «Соколинний хутір», «Андріївські озера», «Кінний двір» тощо.

Зростає кількість відвідувачів об'єктів природно-заповідного фонду. За 9 місяців 2017 року природні парки області та дендропарк «Тростянець» відвідало понад 11 тис. осіб (на 17% більше ніж у 2016 р.). Популярністю користується Менський зоопарк (має загальнодержавний статус), який у 2017 році відвідало майже 39 тисяч екскурсантів.

В області розвивається активний туризм: сплави на плотах та байдарках, велотури, прогулянки на конях, пішохідні тури, пейнтбол тощо. Стають популярними мисливські та фіш-тури. Як туристичний ресурс використовують заповідно-мисливські угіддя. Приклад – заповідне лісомисливське господарство Заліське (Козелецький район та Броварський район Київської області).

Активно розвивається подієвий туризм. Популярними є: фестивалі авторської пісні, Батурин Фест «Шабля», літературно-мистецьке свято «Седнівська осінь», «Зелена сцена» у Чернігові та багато інших (рис. 2.6) [12].



Рис. 2.6. Фестивалі Чернігівщини 2019-2020 років

Джерело: розроблено автором

Останнім часом намітилася тенденція до збільшення туристів, яких цікавлять природні рекреаційні ресурси Чернігівщини. В області з'являються нові види туризму, такі як MICE-туризм, гастро-туризм тощо (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Головні центри відвідування Чернігівщини за видами туризму

Види туризму	Центри
Пізнавальний (історико-культурний)	Чернігів та Чернігівський район, Батурин, Тростянець, Качанівка, Новгород-Сіверський район, Прилуцький район, Ніжин
Паломницький	м. Чернігів (Чернігівський район), с. Густиня (Прилуцький район), смт. Любеч (Ріпкинський район), с. Данівка (Козелецький район)
Подієвий	фестивалі в Чернігові, Ніжині, Прилуках, Коропі, Седнів, Любечі
MICE	м. Чернігів, м. Батурин
Рекреаційний	Відпочинок на Голубих озерах (Ріпкинський р-н), бази відпочинку на річках Десна та Дніпро (Козелецький та Куликівський р-ни)
Оздоровчий, лікувальний	санаторії: «Десна» (с. Ладинка Чернігівського району, «Остреч», (м. Мена), «Пролісок» (с. Лісове Ніжинського району), «Берізка» (с. Сухополова Прилуцького району), ДОК «Казковий» (м. Мена), т/в «Деснянка» (с. Дівиця Куликівського району)
Сільський зелений	Природний парк «Беремицьке» Козелецького району, Тростянецький дендропарк, Мезинський парк, Чернігівський, Коропський та Ічнянський райони
Активні види туризму	акваторії річок Десна та Снов (водний – сплави на байдарках та плотах), Чернігівський р-н (велосипедний та водний види туризму), Коропський р-н (територія Мезинського парку, пішохідний, велосипедний та водний види туризму), Козелецький р-н (пішохідний та вело туризм в межах Міжрічинського парку), а також у Новгород-Сіверському, Менському, Куликівському, Корюківському, Ріпкинському районах
Мисливство та рибальство	Чернігівський, Козелецький, Ріпкинський, Ічнянський, Бобровицький р-ни

Джерело: доопрацьовано автором за матеріалами [1]

Отже, основні види туристичної діяльності, які може запропонувати Чернігівська область як дестинація, це такі: екскурсії, подорожі, рекреація та лікування, паломництво, а також інші (рис. 2.7).



Рис. 2.7. Основні види туристичної діяльності Чернігівщини

Джерело: створено автором

В Україні загалом останнім часом спостерігається позитивна динаміка кількості внутрішніх туристів, адже українці почали більше подорожувати в межах країни. У 2018 році музейні заклади Чернігівської області відвідало майже 1 млн осіб. Доступні на початок 2020 року тури показані в таблиці 2.3:

Таблиця 2.3

Тури по Чернігівщині (на початок 2020 року)

№	Назва туру	Місце
1	Зачарована Десна (Релакс-тур на Чернігівщину)	Новгород-Сіверський, Мезинський національний парк, Сосниця
2	Качанівка-Тростянець-Сокиринці-дворянські садиби	Качанівка, Тростянець, Сокиринці
3	Скарби північної столиці. Чернігів	Чернігів
4	Чернігів-Седнів-Козелець – чудо та загадки землі української	Чернігів, Седнів, Козелець
5	Гетьманська столиця: екскурсія в Батурин	Батурин
6	Палац Тарновських	Качанівка
7	Антонієві печери в Любечі	Любеч

Продовження таблиці 2.3

№	Назва туру	Місце
8	Сирно-півний тур до Чернігова	Чернігів
9	Парк природи Беремицьке: в гості до тарпанів та диких котів	Село Беремицьке
10	Первоцвіти Ічнянського парку	Ічня
11	Тур «Паркове намисто» Чернігівщини	Тростянець, Качанівка
12	Міжрічинський парк: цвітіння вереска	Козелець, Міжрічинський регіональний ландшафтний парк
13	Зима в Міжрічинському парку	Міжрічинський регіональний ландшафтний парк
14	Мезинський національний природний парк	Мезинський національний природний парк
15	Спасо-Преображенський чоловічий монастир	Новгород-Сіверський
16	Військово-історична експозиція «День пам'яті героїв Крут»	с. Пам'ятне Борзнянського району

Джерело: створено автором

В цілому по Україні спостерігалася позитивна динаміка кількості іноземних туристів, але держкордон у межах Чернігівщини з туристичною метою за 9 місяців 2017 року перетнуло на 23% менше осіб у порівнянні з 2016 роком. Зменшилася кількість туристів з Білорусії та Росії.

Кількість екскурсантів туристичних об'єктів Чернігівської області протягом 2014–2018 років збільшується щороку у середньому на 8,0% (рис. 2.8).

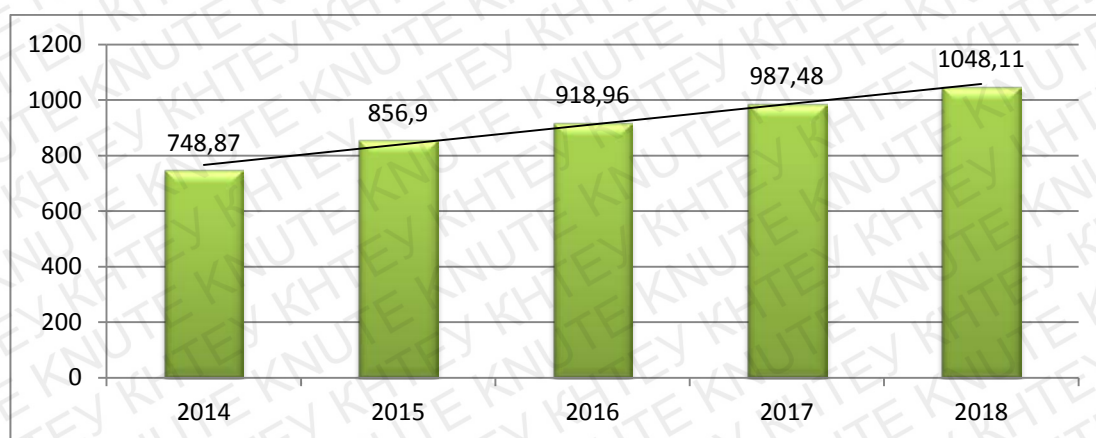


Рис. 2.8. Кількість екскурсантів Чернігівської області (по роках, тис. осіб)

Джерело: розроблено автором за матеріалами [55]

Сплата туристичного збору до місцевих бюджетів (у 2017 – червні 2020 р.), обрахована за даними Державної фіскальної служби України, показана у вигляді діаграми (рис. 2.9):

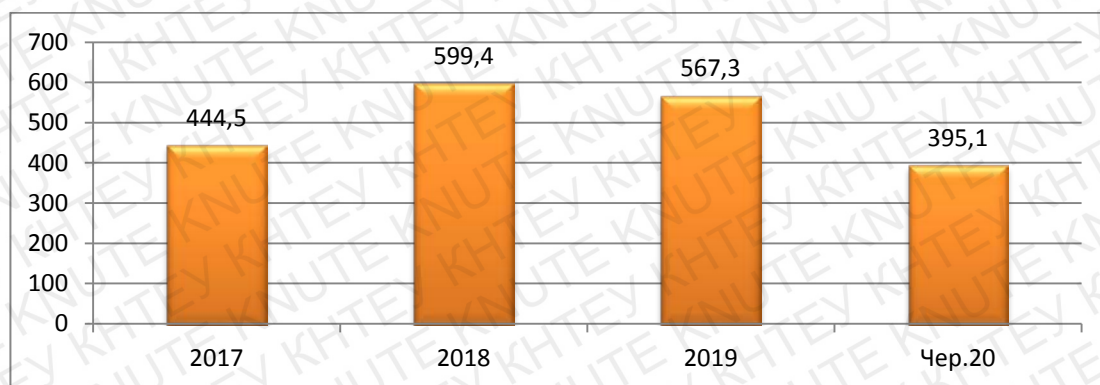


Рис. 2.9. Сплата туристичного збору до місцевих бюджетів Чернігівської області (по роках в тис. грн)

Джерело: розроблено автором за матеріалами [63]

З 2014 року прослідковується позитивна динаміка надходжень до бюджетів усіх рівнів від суб'єктів туристичної діяльності області (рис. 2.10):

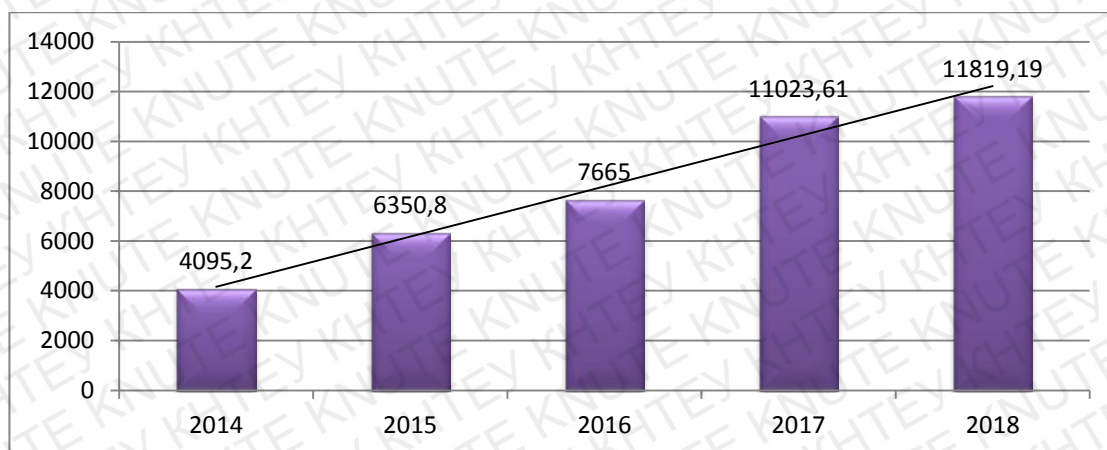


Рис 2.10. Надходження до місцевого/державного бюджету від господарської діяльності суб'єктів туристичної діяльності Чернігівщини (по роках, тис. грн)

Джерело: розроблено автором за матеріалами [55]

Інфраструктура туристичного бізнесу на Чернігівщині налічує 58 суб'єктів. За 2018 р. ними було реалізовано майже 10 тис. путівок на суму 261 млн. грн. Надання послуг забезпечували 97 працівників. Кількість туристів,

які скористалися послугами туристичних організацій у 2018 році, зросла проти попереднього року на 35,6% та становила понад 22 тис. осіб, що майже досягло рівня 2009-2010 років (табл. 2.4) [8]. Переважна більшість цих туристів (95%) виїжджала за кордон, решта – подорожувала в межах країни. Ще понад 2 тис. осіб було охоплено одноденними турами. Абсолютна більшість туристів (99%) здійснювала подорожі з метою дозвілля та відпочинку. Решта подорожувала з метою навчання, лікування або ділового візиту.

Таблиця 2.4

**Кількість туристів Чернігівської області, які обслуговувалися
туроператорами та турагентами, осіб**

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього ¹	у тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2001	12726	237	1529	10960
2002	12792	83	1613	11096
2003	20725	283	2427	18015
2004	18575	599	2222	15754
2005	24883	2431	3240	19212
2006	37804	3779	5659	28366
2007	32913	2464	6501	23948
2008	36627	3494	8059	25074
2009	24341	3300	6434	14607
2010	24234	1660	7663	14911
2011	15687	148	6873	8666
2012	15908	148	8512	7248
2013	9328	14	7952	1362
2014	7689	7	7041	641
2015	7052	—	6543	509
2016	11698	—	10185	1513
2017	15974	—	14570	1404
2018	22306	—	21204	1102

¹ Юридичними особами та фізичними особами-підприємцями.

В якості туристів жителі області відвідали 51 країну світу. Найбільш популярними були Єгипет (9 тис. осіб) та Туреччина (7 тис. осіб). Іспанію відвідали 437 осіб, Італію – 420, Грецію – 389, Кіпр – 332, Литву – 315, Об'єднані Арабські Емірати – 304, Францію – 266, Чехію – 263, Болгарію – 247, Ізраїль – 215, Туніс – 199. Мапа подорожей включала також такі країни, як Угорщина, Чорногорія, Шрі-Ланка, Таїланд, Грузія тощо.

Кількість колективних засобів розміщення в області, як і місць в них зменшилися (рис. 2.11-2.12). Більшість туристично-рекреаційних об'єктів мають недостатньо розвинену інфраструктуру (відсутні сучасні громадські вбиральні, недостатньо закладів розміщення та харчування, облаштованих місць для продажу сувенірної та рекламної продукції).

Останніми роками в області суттєво поліпшена матеріально-технічна база закладів охорони здоров'я, проте залишається проблема низької забезпеченості транспортними засобами.



Рис. 2.11. Кількість колективних засобів розміщення (по роках, од.)

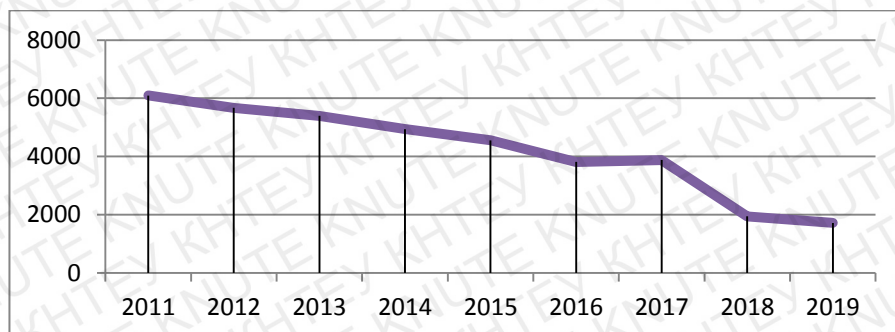


Рис. 2.12. Кількість місць у колективних засобах розміщення (по роках, од.)

Джерела: розроблено автором за матеріалами [8]

У 2017 році туристичний потенціал області був представлений на виставках та форумах у 6 регіонах України (Києві, Одесі, Харкові, Львові, Новій Каховці, Запоріжжі) та Республіці Білорусь (Гомелі), проведено презентацію туристичних продуктів області для туристичних операторів України під час воркшопу у Києві [12].

У вересні 2017 р. було підписано міжрегіональну Угоду між Чернігівською облдержадміністрацією та Гомельським обласним виконавчим комітетом про співробітництво у сфері туризму, якою передбачено проведення обмінних рекламно-інформаційних турів, обмін соціальною рекламою туристичного спрямування, розповсюдження інформаційно-презентаційної продукції тощо.

В області активно проводяться рекламно-інформаційні та прес-тури, під час яких туроператорів України знайомлять з найбільш привабливими туристичними об'єктами області. Останніми роками проводилися семінари та тренінги для відповідальних працівників з питань туризму та представників туристичної галузі області для ознайомлення з сучасними тенденціями розвитку туризму. Для популяризації туристичного потенціалу Чернігівщини було розроблено та видано 5 різновидів рекламно-інформаційної продукції, у тому числі польською та білоруською мовами, подієві календарі. Виготовлено сувенірну продукцію з новим туристичним логотипом.

Здійснюється постійна робота щодо поширення інформації про туристичні пропозиції та можливості області через інтернет-ресурси та засоби масової інформації, а саме: забезпечується наповнення туристичного розділу офіційного сайту Департаменту культури і туризму, національностей та релігій облдержадміністрації, ведуться сторінки у соцмережах, надаються матеріали для публікації на туристичних порталах України та у друкованих виданнях. Створено окремий туристичний портал області «Чернігівщина туристична» [65].

У 2019 році в області працювало 4 туристично-інформаційних центрів. Зокрема з нагоди старту високого туристичного сезону, який спостерігався у

2019 році, у Чернігові запрацював Чернігівський обласний туристично-інформаційний центр, мета якого – надання безкоштовних інформаційних послуг населенню, просування туристичних принад місцевості серед туристів та підвищення якості туристичних послуг.

Розуміючи значення туризму для ефективного розвитку регіону та України в цілому, Департаментом культури і туризму, національностей та релігій Чернігівської обласної держадміністрації здійснюються заходи, спрямовані на промоцію наявного туристичного потенціалу на внутрішньому та зовнішньому ринку туристичних послуг та збільшення туристичних потоків. Дана робота здійснюється відповідно до Стратегії розвитку туризму і курортів до 2026 року та Обласної цільової Програми розвитку туризму в Чернігівській області до 2020 року.

Згідно результатів виконання завдань та заходів Обласної цільової Програми розвитку туризму в Чернігівській області на 2013-2020 роки обсяг фінансування ресурсів на розвиток туристичної інфраструктури у 2019 році суттєво зменшився, тоді як на удосконалення рекламно-інформаційної діяльності – зростає (рис. 2.13):

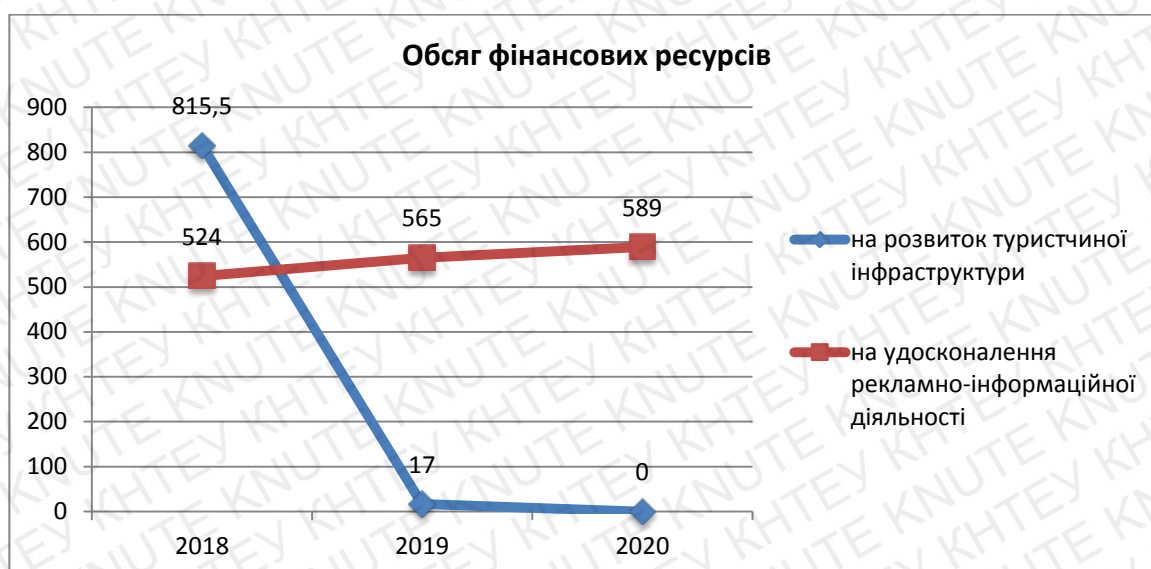


Рис. 2.13. Обсяг фінансування на туристичну інфраструктуру та рекламно-інформаційну діяльність в Чернігівській області (по роках, в тис. грн)

Джерело: розроблено автором за матеріалами [63]

Середні витрати на проведення заходів, пов'язаних з туризмом, та обсяг фінансових ресурсів на розвиток туризму в Чернігівській області поступово зростають (рис. 2.14-2.15):

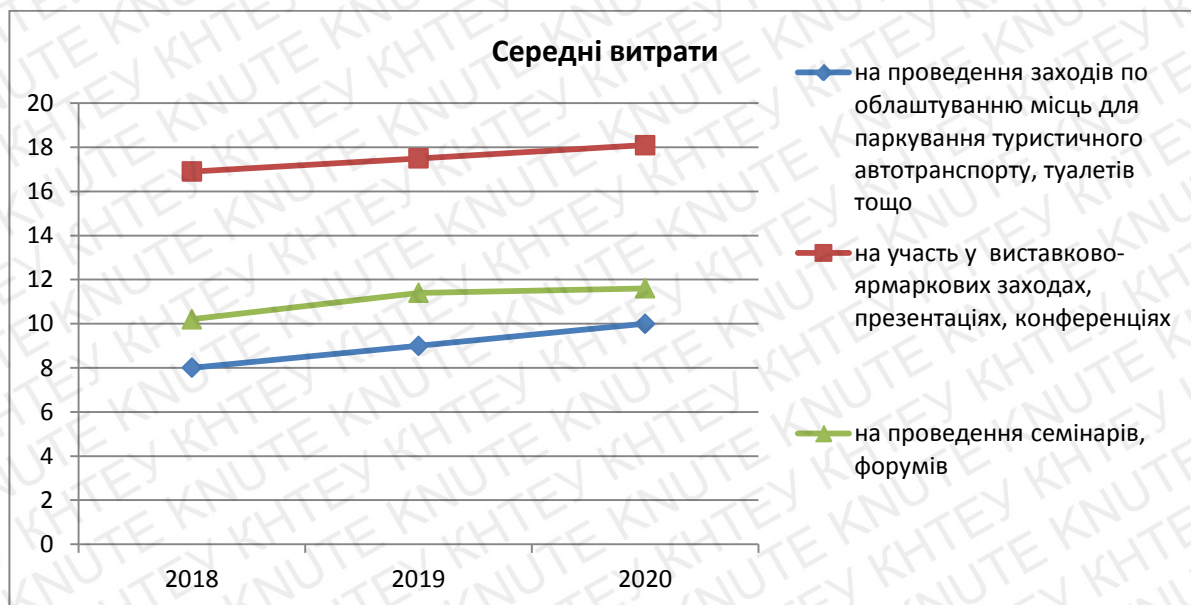


Рис. 2.14. Середні витрати на проведення заходів, пов'язаних з туризмом, в Чернігівській області (по роках, в тис. грн)

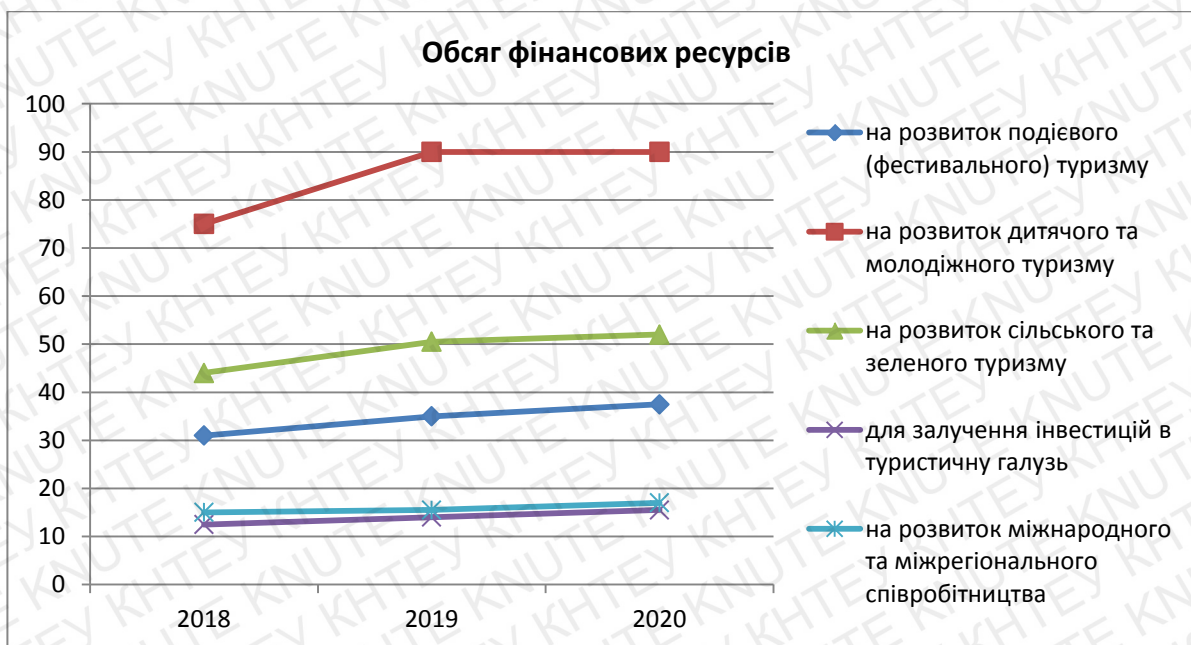


Рис. 2.15. Обсяг фінансових ресурсів на розвиток туризму Чернігівської області (по роках, в тис. грн)

Джерела: розроблено автором за матеріалами [63]

У лютому 2020 року Департамент культури і туризму, національностей та релігій облдержадміністрації ініціював розробку обласної цільової Програми розвитку туризму в Чернігівській області, яка визначатиме розвиток туристичної сфери регіону в середньостроковій перспективі до 2027 року.

Стратегія сталого розвитку Чернігівської області на 2027 р. ставить перед собою амбітну мету та важливе завдання – перетворити Чернігівщину на інвестиційно та туристично привабливий, конкурентоспроможний, екологічно чистий, доброзичливий, соціально стабільний, комфортний для життя, роботи та відпочинку регіон, з унікальним природно-рекреаційним потенціалом, сприятливими умовами для ведення бізнесу, інноваційною економікою, високим рівнем інформатизації та сучасною сферою послуг. Ця стратегія передбачає таке завдання, як підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів області, що полягає у формуванні позитивного іміджу області як регіону, привабливого для туризму; розвитку рекреаційної інфраструктури та підвищення привабливості наявних об'єктів; розвиток зеленого (екологічного), подієвого, активного та інших видів туризму, створення сучасних туристичних маршрутів та продуктів, а також центрів відпочинку [55].

Чернігівська область як туристичний продукт потребує проведення стимулюючого маркетингу (пов'язаний з відсутністю попиту на туристичну послугу) та розвиваючого (пов'язаний з попитом, що формується).

Для діагностики розвитку туристичної сфери Чернігівщини доцільно провести аналітичне дослідження у вигляді SWOT-аналізу. Цей аналіз дозволяє оцінити шляхи підсилення слабких сторін, максимально використовувати сильні сторони. Крім того, цей вид аналізу передбачає виявлення загроз для розвитку туризму в регіоні, які є і можуть виникати в перспективі. Він є ідеальним в стратегічному плануванні туристичної діяльності даної дестинації.

SWOT-аналіз розвитку туристичної сфери Чернігівської області покажемо в таблиці (табл. 2.5) [64].

SWOT-аналіз розвитку туристичної сфери Чернігівської області

Сильні сторони:	- значний історико-культурний та природно-рекреаційний потенціал; - стійка асоціація Чернігова з давньоруським містом, а області з Чернігівським князівством – впізнаваний бренд; - значні рекреаційні ресурси області зосереджені на території природоохоронних об'єктів та поряд з визначними туристичними центрами та історико-культурними об'єктами, що дає можливість комбінувати різні види туризму; - Чернігівщина має достатню водозабезпеченість; - значні бальнеологічних ресурси: мінеральна вода, лікувальні грязі та бішофіт; - значна лісистість – біля 20,5% території Чернігівщини вкриті лісовою рослинністю (659,9 тис. га), із яких лісів рекреаційно-оздоровчого призначення – біля 17,0 тис. га; - географічне розташування регіону на перетині міжнародних шляхів і як наслідок транзитне значення; - близькість до Києва та Гомеля забезпечує сталий потік екскурсантів. - відсутність зручного транспортного сполучення з іншими регіонами України; - відсутність розвиненої туристичної інфраструктури; - лише 2 готелі пройшли процедуру категоризації; - незадовільний стан доріг і дорожнього покриття на основних
Слабкі сторони:	- магістральних дорогах області, по яких проходять головні туристичні маршрути; - значні відстані між головними туристичними центрами (Чернігів – Батурин 170 км, Чернігів – Новгород-Сіверський 180 км, Чернігів – Качанівка 180 км); - незначні обсяги інвестицій в розвиток туристично-рекреаційної галузі Чернігівщини; - руїнація та незадовільний технічний стан багатьох історичних споруд; - недостатній рівень інформаційно-рекламного забезпечення на внутрішньому і, особливо, на зовнішньому ринках; - наслідки аварії на ЧАЕС, проблема радіаційного забруднення частини території області, в результаті якої вилучені із господарського користування 7,4% її загальної площі: західні частини Ріпкінського, Чернігівського і Козелецького районів, більша частина Семенівського та окремі ареали в Корюківському та Коропському адміністративних районах; - досить нерівномірна освоєність зон масового відпочинку в області, не дивлячись на значні їх території (близько 20% від загальної площі області), їх використання характеризується стихійністю та нерегульованістю.

Продовження табл. 2.5

Можливості:	- використання рекреаційного потенціалу Чернігівщини, вигідного геополітичного положення області; - розвиток сільського, активного, екологічного та оздоровчо-рекреаційного видів туризму; - значний потенціал для залучення внутрішнього туриста з регіонів України та сусідньої Білорусі; - залучення інвестицій в інфраструктурні проекти.
Загроза:	- виникнення надзвичайних ситуацій техногенного характеру (27 екологічно небезпечних промпідприємств, 63 склади зберігання непридатних до використання ХЗЗР (хімічних засобів захисту рослин), скотомогильники, магістральні газопроводи, компресорні станції та підземні сховища газу); - ерозійно-зсувні процеси, загроза природного прориву і виникнення нового русла р. Сож; - замулення та пересихання річок; - близькість кордону з РФ та нестійка геополітична ситуація у країні.

Стратегічні зони господарювання (СЗГ) та туристичні продукти для даної туристичної дестинації покажемо в таблиці 2.6.

Ключовими факторами успіху або конкурентними перевагами для виділених СЗГ Чернігівської області є наступні:

- наявність природних резерватів для відпочинку та оздоровлення;
- наявність великої кількості історико-культурних пам'яток;
- велика кількість атракцій;
- значні бальнеологічних ресурси: мінеральна вода, лікувальні грязі та бішофіт;
- значна лісистість;
- достатня водозабезпеченість;
- давня історія, як цікавий пласт для вивчення;
- велика довжина державного кордону;
- місцезнаходження в Столичному регіоні та близькість до столиці;
- транзитні шляхи до Білорусі та Російської Федерації;
- дешеві трудові ресурси;

- впізнаваний бренд;
- імідж найспокійнішого регіону в країні.

Таблиця 2.6

**Стратегічні зони господарювання та туристичні продукти
Чернігівської області**

Критерій виділення СЗГ	СЗГ	Туристичні продукти
види туризму	екскурсійний туризм	тури та екскурсії в музеї, печерні комплекси, садиби, палацові комплекси на виставки, до історико-культурних пам'яток
	рекреаційний туризм	тури та подорожі в заповідники, ботанічні сади, зоологічні парки, заказники, національні природні парки, зоопарки, відпочинок біля озер та річок, оздоровлення на курортах, в санаторіях, пансіонатах, базах відпочинку
	релігійний туризм	паломницькі тури в монастирі, тури з відвідуванням церков та соборів
	спортивний туризм	сплави річками, повітроплавання, велосипедні та пішохідні тури, парашутизм
	wellness-туризм	оздоровлюючі заходи
	діловий (MICE) туризм	конференції, симпозіуми, ділові зустрічі, тренінги
	подієвий туризм	фестивалі, івенти, історичні обрядові свята та заходи
	гастрономічний туризм	гастрономічні тури, фестивалі їжі, дегустаційні тури
форми туризму	тури	сімейні тури, тури вихідного дня
	мандрівки та подорожі	з гідом, інструктором або без них
	івенти	дитячі та дорослі свята, обрядові та необрядові події, фестивалі
	табори	дитячі, спортивні табори
географічні напрямки	тур, подорож, мандрівка, екскурсія до нас. пункту	до Чернігова / Ніжина, Батурина, Мезина, Прилук, Коропа, Козельця тощо
	подорож до водних об'єктів	сплави Десною, Дніпром, Сновом, Сеймом, Убіддю; поїздка на Київське водосховище; круїзи по Дніпру
	поїздки до резерватів	поїздки до Мезинського, Ічнянського національного природного парку, Тростянецького дендропарку

Джерело: розроблено автором

Для даної туристичної дестинації сформуємо таку місію: розкрити історико-культурну унікальність та природний потенціал Чернігівщини з метою підняття її туристичного потенціалу на рівень європейських або міжнародних стандартів.

2.2. Використання GIS-технологій як передумова формування нового туристичного продукту Чернігівської області

Формування нового туристичного продукту неможливе без використання певного контенту, під яким розуміється інформація та досвід, призначені для конкретного кінцевого користувача або цільової аудиторії. Якість контенту важлива для просування туристичного продукту, яке відбувається за такими каналами:

- сайт туристичного підприємства;
- соціальні мережі;
- пошукові системи;
- профільні агрегатори;
- сторонні ресурси;
- блоги (як внутрішні, так і від сторонніх осіб та організацій);
- засоби масової інформації.

Для створення якісного туристичного контенту, який би успішно конкурував на ринку туристичних послуг доцільно активно використовувати GIS-технології. Шляхи використання GIS-технологій для просування туристичного продукту можуть бути наступні:

- використання GIS-технологій для навігації по території дестинації з актуальними даними про туристичні об'єкти та локації, привабливі атракції, об'єкти туристичної інфраструктури, дорожню мережу тощо;
- формування турів та проектування маршрутів на GIS-платформах з врахуванням типів, видів чи класів подорожуючих;

- просторовий аналіз туристичної привабливості регіонів з використанням GIS-програм;
- комп'ютерні ігри, в яких використовується інтерактивна карта DESTINACIЇ, і які допомагають краще познайомитися з атракціями;
- створення GIS-платформи для інформатизації туристів та координації дій у подієвому туризмі;
- популяризація місцевих туристичних атракцій серед населення шляхом нанесення їх на інтерактивні карти, які розміщені на туристичних та інших сайтах;
- створення туристичних геопорталів з використанням GIS-технологій;
- формування БД туристичних об'єктів та об'єктів туристичної інфраструктури;
- аналіз інформації з використанням GIS-технологій для успішного маркетингу.

Цифрові карти в умовах нинішнього прогресу цифрових технологій майже витіснили паперові. Це не означає, що використання останніх втратило свою актуальність і не має сенсу, але цифрові технології надають користувачам більше можливостей. Туристи та туроператори активно користуються різноманітними картографічними сервісами, доступними онлайн, серед яких найбільш популярні такі: Google.maps, Яндекс.Карти, QuickMaps, OpenStreetMap. Однак є і менш популярні, але безкоштовні сервіси, такі як: ZeeMaps, Tripline, Build-A-Map, Scribble Maps, TripGeo, Animaps тощо [6]. Вони дозволяють створювати свої користувацькі мітки та наносити коментарі на карту, використовувати інтерактивні карти для вимірювання відстаней та прокладання маршрутів, побудови схем, створення БД туристичної тематики та мультимедійних презентацій про здійснені маршрути, створення віртуальних турів та анімаційних карт. Ці інтерактивні карти можуть потім бути вбудовані в веб-сторінки порталів, блоги та на сторінки соціальних мереж.

Але планувати та організовувати туристичну діяльність краще з використанням GIS-програм, у яких ще більша функціональність. Вони надають ще більше переваг, адже дають можливість робити просторовий аналіз. Серед сучасних GIS-програм, які можуть бути використані для вирішення завдань, пов'язаних з туристичною діяльністю, слід відзначити такі: ArcView, MapInfo, ArcGIS, Quantum GIS (QGIS) тощо.

Для аналізу поширення туристичних об'єктів по території будь-якого регіону можна використати відкриті дані. Враховуючи, що органи місцевого самоуправління Чернігівської області поки не обнародували туристичну інформацію на єдиному державному веб-порталі відкритих даних Data.gov.ua, доцільно використовувати один з найбільш розповсюджених інтернет-сервісів – OpenStreetMap (OSM). Це некомерційний картографічний веб-проект зі створення детальної та безкоштовної географічної карти світу. Уся інформація, яка тут зібрана, це зусилля багатьох користувачів, які надали свої дані з персональних GPS-трекерів, аерофотографії, супутникові знімки, панорами вулиць тощо. Хоча точність цих даних значно відрізняється в залежності від регіону, але можна вважати, що OSM для деяких територій містить більш детальну та актуальну інформацію, ніж Google Maps. Потрібно відзначити проблематику використання таких даних: у відкритих наборах даних зустрічаються туристичні об'єкти, які не мають атрибутивної інформації або вимагають уточнення їхнього місцезнаходження.

Відкриті дані, які ми радимо використовувати, збережені у вигляді наборів даних – shp-файлів. Такі дані згруповані по країнах. Для створення регіонального туристичного продукту shp-файли доцільно обрізати до меж досліджуваного регіону. Це не лише спрощує їх обробку, звільняє об'єми комп'ютерної пам'яті, яка задіяна в обробці, але й прискорює візуалізацію. Нанесення нових туристичних об'єктів відбувається з врахуванням їх типу (точка, лінія або полігон), аналізується також топологія.

2.3. Стейкхолдери туристичного продукту з використання GIS-технологій на національному та регіональному рівні

Усіх стейкхолдерів туристичного продукту з використання GIS-технологій на національному та регіональному рівні можна об'єднати в такі групи:

- споживачі турпродукту (туристи);
- виробники (туристичні оператори);
- посередники (туристичні агенції та франчайзингові мережі);
- партнери (постачальники послуг: авіалінії, готелі, страхові та транспортні компанії, туристичні компанії за кордоном, компанії, що організовують екскурсії тощо).

Найчисельніша категорія стейкхолдерів туристичного продукту з використання GIS-технологій – це власне туристи. Вони планують подорожувати чи вже подорожують територією певної дестинації та цікавляться, де містяться найпривабливіші у туристичному відношенні об'єкти, як відвідати більше найцікавіших пам'яток в межах конкретного туру чи подорожі. Зазвичай вони користуються найпоширенішими сервісами, які містять довідкову картографічну інформацію, які мають спрощений інтерфейс, але містять реальні відгуки (Google Maps, Яндекс.Карти тощо).

Туроператори та турагенти, які розробляють та просувають тури, є не менш зацікавленою стороною в використанні ГІС-технологій, тому що потребують достовірної та зручної для оброблення й аналізу інформації, яка стосується туризму.

Керівники органів влади на будь-якому рівні планують розвиток території і займаються розподілом фінансів, тому актуальна і достовірна туристична інформація з можливістю її аналізу потрібна їм для розрахунків, аналізу статистичних даних та прогнозування. Наразі для керівників все частіше організовуються курси роботи з ГІС-програмами, які включають такі теми, як

візуалізація даних, їх аналіз та інтерпретація.

Інвестори, які планують інвестувати в об'єкти туристичної інфраструктури мають робити точні прогнози, тому доступ до БД, які містять інформацію, пов'язану з туризмом, для них є вкрай важливою.

Партнери зазвичай мають власні інформаційні системи, БД, але теоретично вони зацікавлені у аналізі туристичної привабливості території для своїх інтересів, а тому їх теж можна вважати стейкхолдерами туристичного продукту з використання GIS-технологій.

Аналіз туристичної привабливості з використанням GIS-технологій цікавий також для таких категорій споживачів туристичної інформації, як:

- місцеве населення (для інформування щодо туристичної діяльності);
- органи влади (розробка концепцій національного та регіонального розвитку туризму та прийняття оперативних рішень та основі ГІС-технологій, аналіз туристичної привабливості території та прогнозування розвитку туризму);
- транспортні компанії (для розвитку туристичної транспортної інфраструктури);
- заклади науки та освіти (освоєння ГІС-технологій, дослідження досвіду їхнього запровадження, напрацювання методології та методики їхнього використання для вирішення практичних завдань, пов'язаних з туризмом);
- професійні об'єднання, спілки, асоціації, клуби тощо (для розвитку туристичної діяльності);
- бізнесові структури (маркетингові дослідження можливих ринків збуту, прогнозування розвитку туризму та обрахування ймовірних ризиків, пов'язаних з туристичною діяльністю).

Майже усіх стейкхолдерів туристичного продукту з використання ГІС-технологій можна віднести до таких, які розглядаються як на національному,

так і на регіональному рівні. Винятком є хіба що місцеве населення, яке має більшу зацікавленість в розвитку туризму на регіональному рівні та лише опосередковано – на національному (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Стейкхолдери туристичного продукту з використання GIS-технологій

на національному рівні	на регіональному рівні
споживачі турпродукту	
виробники турпродукту	
посередники	
партнери	
	міське населення
бізнесові структури	
органи влади	
транспортні компанії	
заклади науки та освіти	
професійні об'єднання, спілки, асоціації, клуби	

Джерело: розроблено автором

На практиці ГІС-технології використовуються кожною окремою групою стейкхолдерів туристичного продукту на різному рівні. Це залежить від їхніх потреб, можливостей та навиків роботи з ГІС-програмами. Приміром, туристи використовують інтерактивні карти як для планування своєї подорожі, так і під час неї, застосовуючи GPS-навігатори для визначення свого місцеположення. А представники органів влади, поступово опановуючи ГІС-програми, можуть використовувати ГІС-технології для аналізу та прогнозу.

На рис. 2.16 покажемо схему використання ГІС-технологій як один з можливих варіантів їхнього застосування на практиці. Для отримання результатів від впровадження ГІС-технологій необхідно виконати конкретні дії, яким передують підготовчі процеси (збір необхідної інформації, її обробка, приведення у сумірний вигляд, геовізуалізація та формування бази даних).

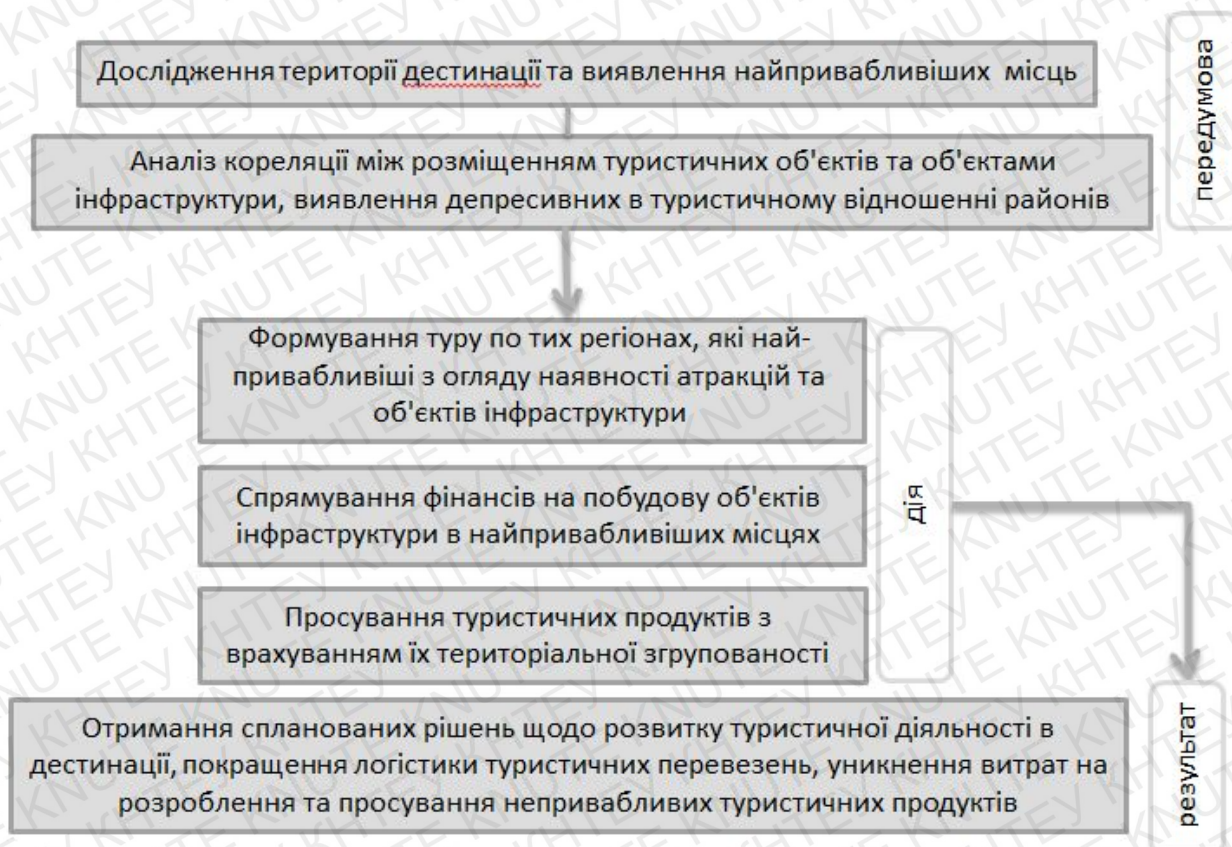


Рис. 2.16. Використання ГІС-технологій стейкхолдерами на практиці

Джерело: розроблено автором

Отже, ГІС-технології допомагають стейкхолдерам в залежності від їхніх конкретних потреб аналізувати ситуацію та приймати рішення.

Висновки до розділу 2

Чернігівська область як національний туристичний продукт або туристична дестинація на сьогоднішній день поки не є достатньо популярною серед туристів, адже рівень розвитку її туристичної галузі не відповідає туристично-рекреаційному потенціалу. Область має значні ресурси для розвитку туризму. Цьому сприяє її потужний історико-культурний та природно-заповідний потенціал, унікальні особливості, такі як історико-архітектурні пам'ятки, значні площі незайманих людиною природних резервуарів, розгалужені водні артерії тощо. Більшість туристично-рекреаційних об'єктів мають недостатньо розвинену інфраструктуру

(відсутність сучасних вбиралень, закладів розміщення та харчування, облаштованих місць для продажу сувенірної та рекламної продукції).

Область має достатньо пропозицій туристичних послуг і умови для їх реалізації, але на жаль поки ще низький попит населення на них. Дослідження сучасного стану розвитку туризму в Чернігівській області свідчить про зростання цікавості у туристів до даної дестинації, а також підсилення ролі державного сектору у просуванні туризму регіону, про що свідчать цільові програми розвитку туризму.

Чернігівська область ще не може конкурувати з розвинутими туристичними регіонами через недостатній розвиток туристичної інфраструктури та якість туристичних послуг. Проблемним питанням залишається транспортна доступність туристичних центрів області для інших регіонів України.

Сьогодні в Україні в цілому та у Чернігівській області зокрема нажалі поки відсутня єдина державна інформаційна система (БД) про туристичні ресурси. Інформація про стан, кількість, детальний опис кожного туристичного об'єкту може бути неповною, недостовірною, або мати дуже несумірний вигляд для її обробки в БД. Це значно ускладнює її аналіз. Тому використання GIS-технологій може значно покращити ситуацію, яка склалася.

Інноваційні шляхи використання ГІС-технологій для розроблення національного туристичного продукту на прикладі цієї області можуть бути цікавими та корисними для дуже широкого кола стейкхолдерів, таких як: споживачі на виробники туристичного продукту, посередники та партнери, а також органи влади, бізнес структури, місцеве населення тощо.

РОЗДІЛ 3

ПРОЕКТ РОЗРОБЛЕННЯ НОВОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ З ВИКОРИСТАННЯМ GIS-ТЕХНОЛОГІЙ (НА ПРИКЛАДІ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

3.1. Продукти GIS-технологій для підвищення туристичної привабливості Чернігівської області

Використання продуктів ГІС-технологій для підвищення туристичної привабливості у Чернігівській області починає впроваджуватися відносно недавно. Першою спробою масштабного застосування ГІС-технологій для прогнозу та планування в Україні можна вважати Генеральну схему (Генсхема) територіального планування України, яку було створено у 2001 році. Вона була найважливішою складовою загальнодержавної системи довгострокового прогнозування соціально-економічного розвитку країни, її регіонів і населених пунктів, першоосновою всього комплексу містобудівної документації. Генсхема стала першою містобудівною роботою такого рівня, від початку й до кінця розробленою із застосуванням ГІС-технологій [45].

Запропонована Генсхемою планувальна структура мережі оздоровчих та рекреаційних закладів планування території України передбачала створення 23 районів з центрами в містах обласного значення, в тому числі в місті Чернігові. На території України, відповідно до Генсхеми планування території 2001 року, виділено 4 туристських райони, Чернігівська область відноситься до Дніпровського району. Чернігівський туристський район по мірі освоєння, стану природних ресурсів, значимості екскурсійних об'єктів, наявності транспортних магістралей, розвитку матеріальної бази відносився до міжнародного та державного. Цей район визначався як один з поміж інших для першочергового освоєння до 2010 р., але їх освоєння станом на 2019 рік не відповідало закладеним показникам. На жаль станом на 2019 р. не було розроблено і Генсхему туризму України. Можна сказати, що в Чернігівській

області наразі дуже високий показник застарілих генпланів, і є селища міського типу, які досі не забезпечені генеральними планами будь-якої давності [29].

Схемами районних планувань забезпечені всі 22 райони Чернігівщини, але практично вся ця документація є морально і фізично застарілою, не у повній мірі відповідає вимогам сучасного законодавства та потребує термінового оновлення.

Міста обласного значення (Чернігів, Прилуки, Ніжин та Новгород-Сіверський) забезпечені генеральними планами на 100%. Міста районного значення забезпечені генеральними планами на 100%, але значна частина цієї містобудівної документації також потребує коригування.

Селища області забезпечені генеральними планами на 89,7%, завершуються роботи з виготовлення генеральних планів селищ Короп і Козелець. У 2015 році затверджено новий генеральний план селища Варва, а в 2016 – селища Седнів.

Згідно з адміністративно-територіальним устроєм України в області налічується 1465 сільських населених пунктів. Але новою містобудівною документацією забезпечено лише 28.

Починаючи з 2011 року, в Чернігівській області було розроблено та затверджено 35 генеральних планів, 29 зонінгів, 27 детальних планів території в межах населених пунктів та 25 поза межами населених пунктів. Ці картографічні матеріали розроблені державним підприємством Український державний науково-дослідний інститут проектування міст «Діпромісто» імені Ю.М. Білоконя. В основу було покладено Генсхему 2001 року, а вихідні дані були надані управліннями та відділами Чернігівської облдержадміністрації. Так було створено зокрема: схему планування території (область в системі прилеглих територій, проектний план – основне креслення (Додаток Г), схему розташування об'єктів культурної спадщини, схему формування туристично-рекреаційної системи та інші).

Проте більшість наявної містобудівної документації вже застаріла. Крім того, основна її частина здебільшого представлена лише в паперовому вигляді, що не відповідає вимозі частини третьої статті 2 Закону України «Про регулювання містобудівної діяльності».

Повільні темпи розроблення (оновлення) містобудівної документації населених пунктів області в основному зумовлені недостатнім фінансуванням видатків з місцевих бюджетів, відсутністю актуалізованого цифрового картографічного матеріалу [63].

У 2019 році на сайті міської ради chernigiv-rada.gov.ua з'явився розділ «GIS карта Чернігова», на якій в режимі карти або супутникового знімку можна побачити ділянки з інформацією про кадастровий номер, власників чи орендарів земельних ділянок (рис. 3.1) [40].

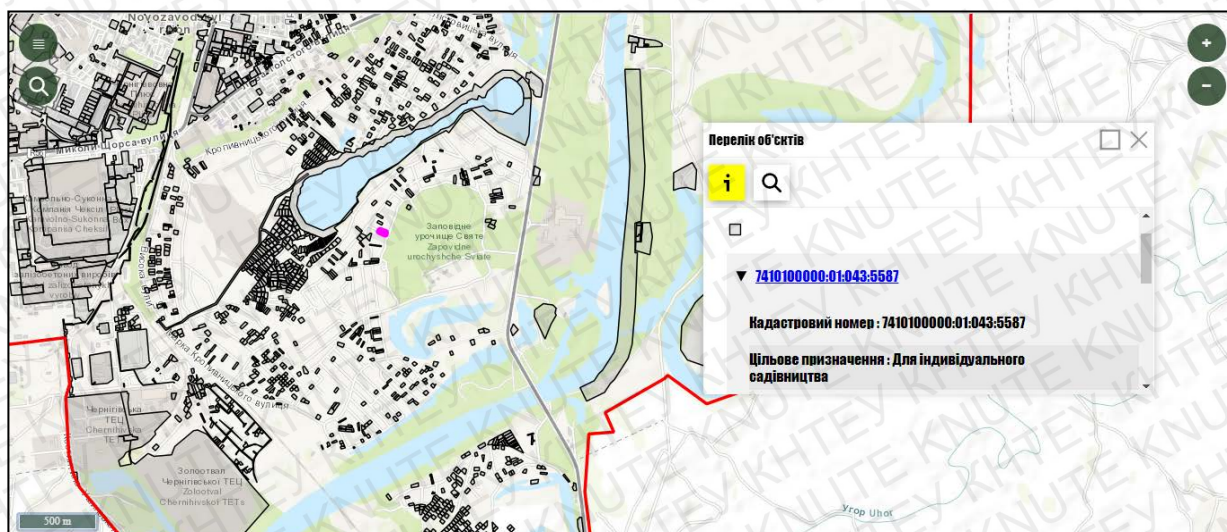


Рис. 3.1. Фрагмент ГІС карти Чернігова з інформацією про земельну ділянку

Довідкову інформацію про область можна отримати також з Публічної кадастрової карти України 2019 року [51], яка містить різноманітні картографічні матеріали та виводить на екран комбіновану інформацію з різних інформаційних шарів (приміром, межі адміністративно-територіальних одиниць України – межі населених пунктів, районів тощо, які внесені до Державного земельного кадастру, ґрунти, ліси, природно-заповідний фонд) (рис. 3.2) [40].

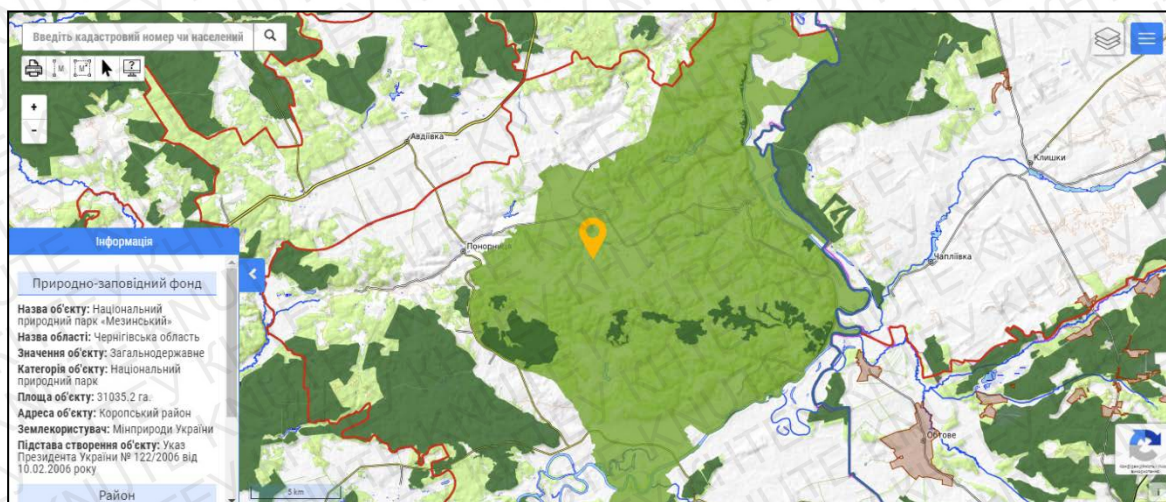


Рис. 3.2. Національний природний парк «Мезинський» на Публічній кадастровій карті України

Інтерактивна туристична карта віднедавна міститься також на геопорталі «Чернігівщина туристична» (рис. 3.3) [66], на якій можна побачити розміщення таких об'єктів, як: туристичні об'єкти, об'єкти туристичної інфраструктури, природно-заповідного фонду, місця активного відпочинку; побачити чимало красивих фотозображень атракцій [66].

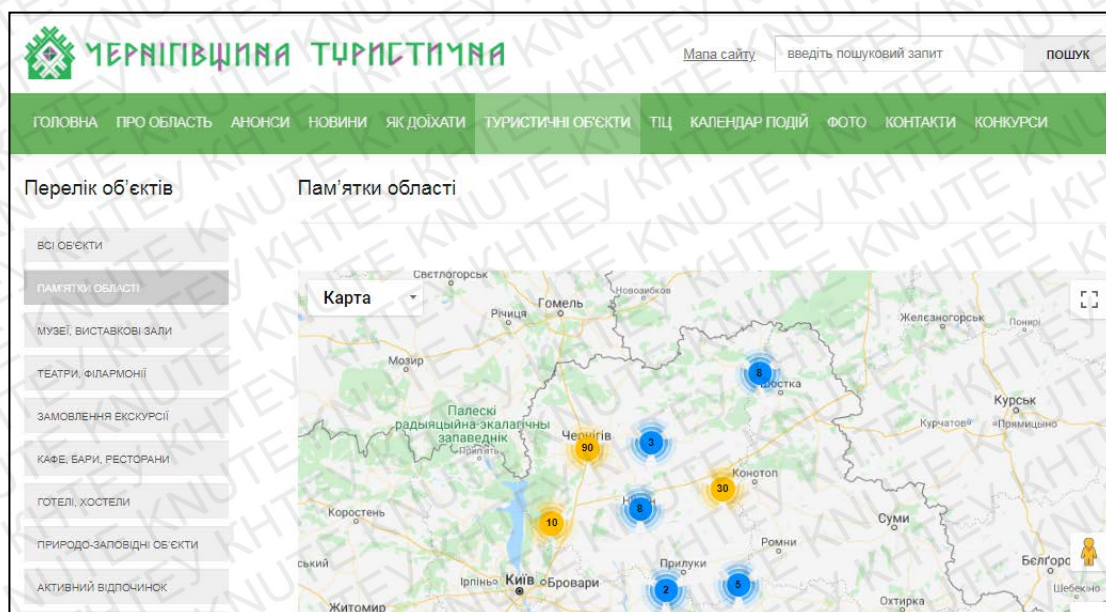


Рис. 3.3. Інтерактивна карта Чернігівської області

У 2019 році для реалізації регіональної цільової Програми створення та ведення містобудівного кадастру Чернігівської області на 2016-2019 роки було створено геопортал містобудівного кадастру Чернігівської області. Цю геоінформаційну систему впровадило Управління містобудування та

архітектури Чернігівської обласної держадміністрації. Вона працює на ГІС-платформі SOFTPRO (рис. 3.4) [61].

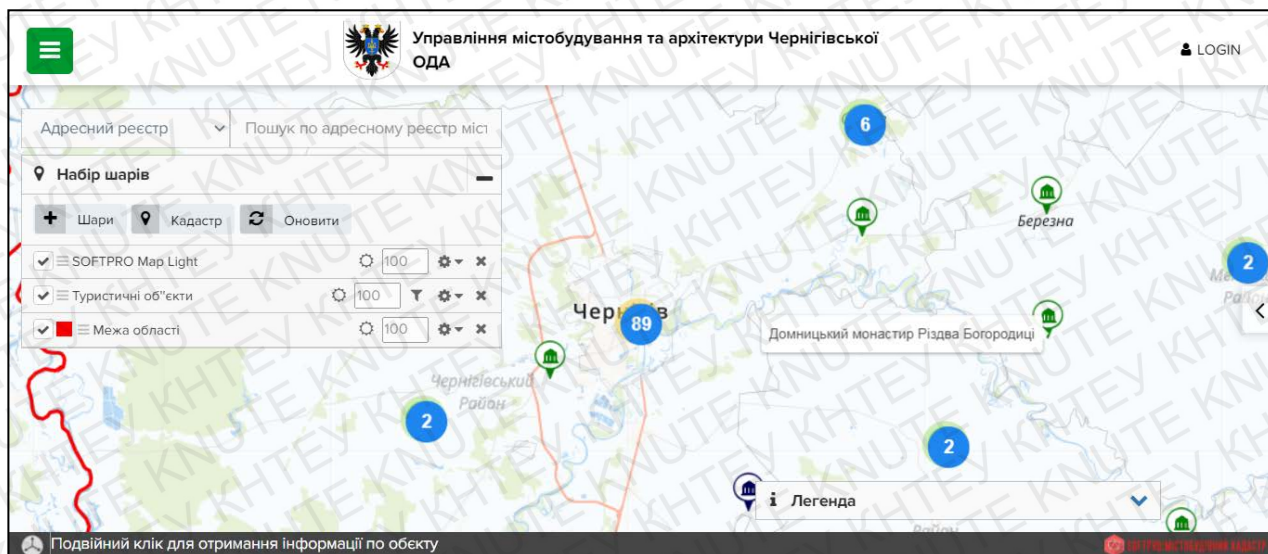


Рис. 3.4. Фрагмент сторінки геоportалу Чернігівської області на платформі SOFTPRO

Завдяки геоportалу у вільному доступі на сайті можна побачити генплани населених пунктів області. Геоportал є базовою платформою для створення ГІС-середовища Чернігівщини. Це картографічний інтернет-ресурс, який виступає єдиною точкою доступу до великої кількості інформаційних джерел даних із системою інструментів перегляду та пошуку географічної інформації, її візуалізації, завантаження та поширення. За функціоналом та наповненням його вважають одним з найпотужніших в Україні [78]. Геоportал містить 180 інформаційних наборів даних, згрупованих за 25 категоріями. Серед запропонованих наборів даних в даному геоportалі є пам'ятки національного та місцевого значення, рубрика «Туризм» з туристичними об'єктами. Роботи з наповнення даного геоportалу інформацією наразі ще тривають, тому він працює в тестовому режимі. Треба відзначити, що цей геоportал на сьогодні є найбільш потужною ГІС-платформою для області, адже він вміщує не тільки набори геопросторових даних, але і схеми планувань 2011 року в растровому вигляді, з легендою, які можна вільно переглянути онлайн з можливістю масштабування.

В 2020 році карантинні обмеження, спричинені COVID-19, суттєво вплинули на туристичну галузь і змусили переглянути ставлення до в'їзних туристів як джерела доходів до місцевих бюджетів. З іншого боку, для розвитку внутрішнього туризму з'явилися нові можливості і горизонти. Карантинні обмеження ще більше активували використання онлайн ресурсів для промоції туристичних продуктів і підсилили важливість використання ГІС-продуктів при цьому.

Все більше з'являється електронних та інтерактивних карт для любителів подорожувати рідним краєм. Так, приміром, в проєкті ентузіастів краєзнавства «Україна інкогніта» є загальногеографічні карти кожного району Чернігівської області та опис привабливих атракцій з фотографіями [59]. Цікавими для туристів, що подорожують Чернігівщиною, будуть також інтерактивні карти України:

- видатних дерев (створена на платформі Візіком) [4];
- карта дерев'яних храмів (рис. 3.5) [13];
- технічних пам'яток [56].

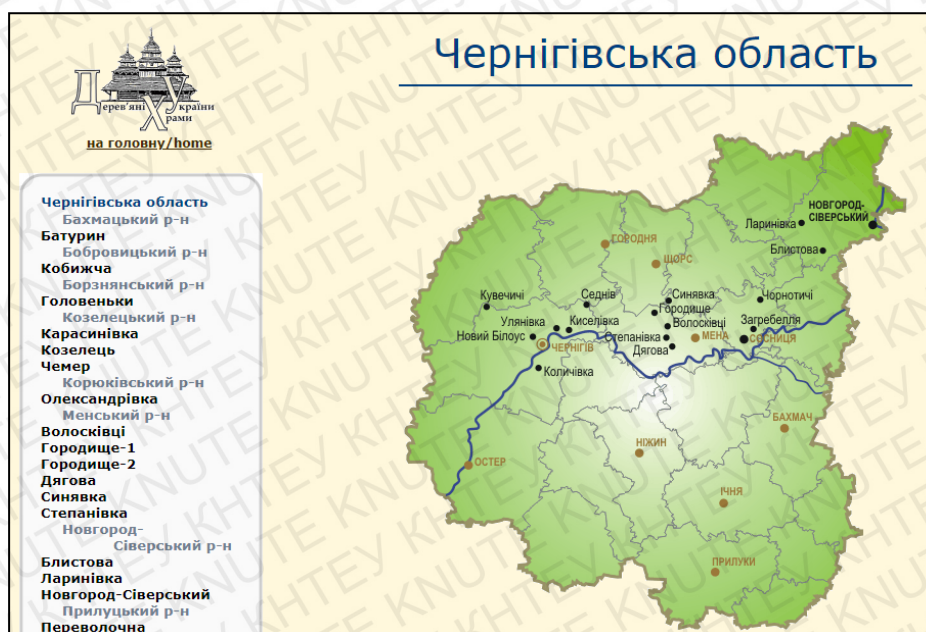


Рис. 3.5. Карта Чернігівської області в проєкті «Дерев'яні храми України»

Подібні проєкти, створені аматорами, є свідченням того, що туристична

активність в регіоні, як і в Україні в цілому зростає. А отже ГІС-продукти допомагають фіксувати, вивчати та зберігати накопичені знання, сприяють подальшому розвитку туризму. Недарма однією з оперативних цілей в проекті Стратегії сталого розвитку Чернігівської області на період до 2027 року є така: ефективне планування територіального розвитку, яке передбачає розроблення містобудівної документації та забезпечення її публічності та впровадження геоінформаційних систем містобудівного кадастру та забезпечення їх публічності [55].

3.2. Проект інноваційного туристичного продукту Чернігівської області з використання GIS-технологій

В даному дослідженні як інноваційний туристичний продукт будемо розглядати тематичні тури Чернігівським краєм. Для їхнього проектування доцільно спочатку визначити привабливі туристичні об'єкти та засоби розміщення області, для чого будемо використовувати ГІС-технології.

Для реалізації даного проекту у відкритих даних OpenStreetMap мною було знайдено shp-файли, в яких містилося понад 900 туристичних об'єктів, зокрема 241 історико-культурний об'єкт (дані датуються 2018-2019 роками). Для проведення аналізу усі ці туристичні об'єкти були додані до програми QGIS у вигляді таблиці БД (рис. 3.6).

id	name	adress	date	adress_eng	Name_engl
0	1 Спасо-Преображенський собор	Вал	1036 y.	Chernihiv	Spaso Preobrazhenskiy sobor
1	2 Борисоглібський собор	Вал	1120-1123 ys.	Chernihiv	Borysohlilbs'kyi sobor
2	3 Колегіум	Преображенська, 1	At the end of the 16th c.-1702 y.	Chernihiv	Kolehium
3	4 Будинок полкової канцелярії	Вал	At the end of the 17th c.	Chernihiv	The house of the regimental office
4	5 П'ятницька церква	вул. Полуботка, 10/2	At the end of the 12th c.	Chernihiv	Friday Church
5	6 Катерининська церква	вул. Підвальна, 5	1715 y.	Chernihiv	Catherine Church
6	7 Єлецький монастир	вул. Князя Чорного, 1	11-17th c.	Chernihiv	Yelets Monastery
7	8 Дзвіниця	вул. Князя Чорного, 1	At the end of the 17th c.	Chernihiv	Bell tower
8	8 Келії	вул. Князя Чорного, 1	17th c.	Chernihiv	Cells
9	9 Будинок Феодосія	Вул. Князя Чорного, 1	1688 y.	Chernihiv	Theodosius House
10	10 Іллінський монастир	вул. Іллінська, 29	11-18th c.	Chernihiv	Elias Monastery
11	11 Іллінська церква	вул. Іллінська, 29	1069 y.	Chernihiv	Church of Elijah
12	12 Антонієві печери	вул. Іллінська, 29	11-17th c.	Chernihiv	Antony caves
13	13 Комплекс споруд Троїцького монастиря	вул. Толстого, 92-Е	17-18th c.	Chernihiv	Complex of buildings of the Trinity Monastery

Рис. 3.6. Фрагмент таблиці «Cultural objects» Чернігівської області в QGIS

Джерело: створено автором

До таблиці БД були включені зокрема ті туристичні об'єкти Чернігівської області, які мають високу оцінку за відгуками поціновувачів, а також ті, які містяться на загальновідомих веб-ресурсах, що за пошуком в Google за ключовими словами стоять на вищих позиціях. Відповідно можна припустити, що вони найпопулярніші, найкраще рекламовані та найбільш відвідувані туристами. Серед усіх об'єктів було обрано зокрема такі категорії атракцій, як: музеї, театри, сакральні об'єкти, парки, садиби, палаци, маєтки, пам'ятники, архітектурні споруди, видові точки тощо.

Робота з QGIS потребувала спеціалізованих знань, навичок та досвіду роботи. Дані були редаговані та візуалізовані на карті. Відібраних туристичних об'єктів виявилось чимало, їхнє накладання ускладнювало аналіз, тому було прийнято рішення зробити їхню візуалізацію на тепловій карті, яка показує не лише місцезположення самих об'єктів, але й щільність [76].

Для створення теплової карти QGIS оцінює оточення (воно базується на радіусі охоплення та визначається користувачем ГІС) навколо кожного центру комірки растру. Визначаючи кількість об'єктів, які потрапили в задане оточення, програма ділить її на площу заданого оточення, і дана величина надається певній комірці. Таким чином створюється поточна середня кількість об'єктів на певну ділянку, сукупність яких створює згладжену растрову поверхню. Створена тепла карта (рис. 3.7) за насиченістю кольору растру дозволяє унаочнити місця концентрації об'єктів, що допомагає вивчати дестинацію та виявляти території, які є найбільш привабливими для відвідування. Для більшої наочності сприйняття на карті проведені ізолінії. Як бачимо з карти (рис. 3.7), найбільшу привабливість (яка основана на взаємному положенні історико-культурних пам'яток між собою та їхній оцінці) мають території навколо місць: Чернігів, Ніжин, Прилуки, Козелець, Короп, Мена, Сосниця тощо. Особливо привабливим виявився Чернігів, навколо нього спостерігається найбільша щільність розміщення історико-культурних об'єктів.

Якщо враховувати близькість даних туристичних об'єктів до лісів,

водних шляхів та водойм, доріг, то найбільш привабливими можна вважати: Чернігів, Ніжин, Козелець, території, що простягаються вздовж автошляху Київ – Чернігів, а також населені пункти: Остер, Мена, Сосниця.

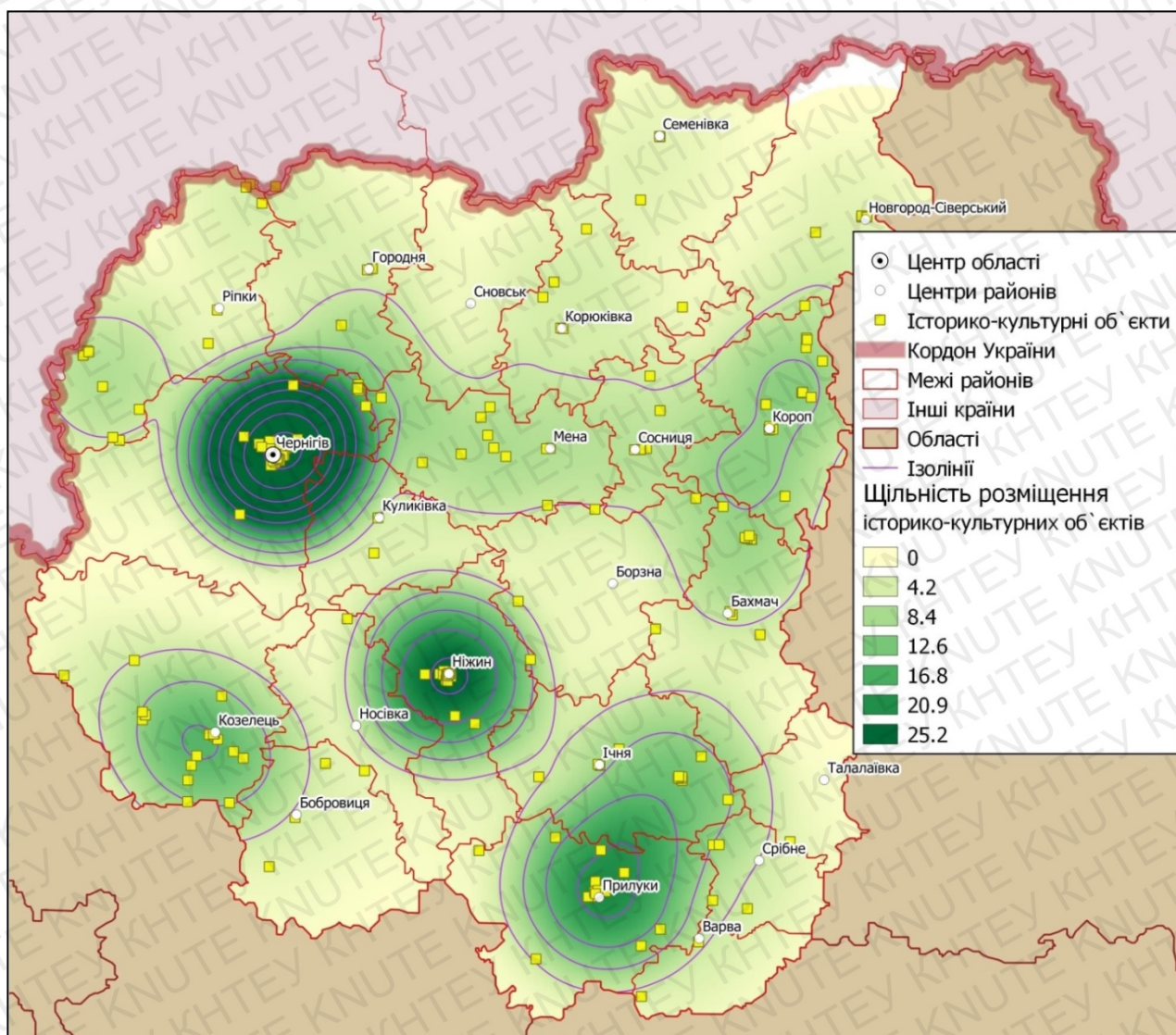


Рис. 3.7. Теплова карта історико-культурних пам'яток Чернігівської області, створена в QGIS

Джерело: створено автором

Даний аналіз допомагає виявити «депресивні» регіони з точки зору туристичної привабливості. Це, наприклад, північні території області (навколо Семенівки, Сновська). Очевидно, що розвиток туристичної інфраструктури в цих регіонах не буде надто ефективним, тому що відсутність або невелика кількість туристичних локацій, яка наразі спостерігається, не буде

приваблювати туристів до відвідування цих місць.

В умовах розвитку нових інформаційних технологій розміщення об'єктів туристичної інфраструктури можна розглядати як сукупність їх розташування в просторово-часовому та інформаційно-комунікативному просторі з метою отримання ними кращого економічного результату і підвищення ефективності їх діяльності [33]. Ефективність діяльності підприємств туристичного комплексу багато в чому залежить від їх розташування. Очевидно, що за інших рівних умов доступніший у транспортному відношенні колективний засіб розміщення має більш високий потенціал завантаження, ніж віддалений від транспортної інфраструктури; підприємства громадського харчування, які мають місце поблизу туристичних потоків, є привабливішими для туристів; підприємство торгівлі, розташоване в місцях скупчення туристів, має більше шансів підвищити виручку, ніж аналогічне йому, але розташоване у віддаленому місці [68]. Отже так важливо аналізувати місцезположення об'єктів туристичної інфраструктури.

При аналізі засобів розміщення туристів (готелі, мотелі, хостели, готельні комплекси, гостьові будинки тощо) на карту було нанесено 95 таких об'єктів та було проаналізовано їхню привабливість. При цьому в БД заносилася інформація про оцінку відвідуваності кожного готелю чи мотелю (за 10-бальною шкалою), яка виставлялася як середнє значення з усіх оцінок, що містилися на декількох веб-ресурсах. Серед таких веб-ресурсів було використано наступні: google.com/maps, booking.com, tripadvisor.ru, stejka.com, doroga.ua, uahotels.info, turpravda.ua та інші.

На рис. 3.8 показано створену в QGIS карту засобів розміщення Чернігівської області. При збільшенні масштабу зображення можна деталізовано побачити засоби розміщення в окремих регіонах та проаналізувати ситуацію по усій дестинації.

Теплова карта (рис. 3.9) показує щільність розташування цих об'єктів, на ній видно привабливість даних засобів розміщення. Для створення цієї карти

було використано унормовану оцінку Rat_Norm , яка вимірюється в діапазоні від 0 до 1 та обраховується за формулою:

$$Rat_Norm = \frac{Rating * Rat_Num}{\max (Rat_Num)} , \quad (3.1)$$

де $Rating$ – середня оцінка засобу розміщення відвідувачами (з веб-ресурсів, оцінена за 10-бальною шкалою);

Rat_Num – кількість оцінок відвідувачів;

$\max (Rat_Num)$ – максимальна кількість оцінок.

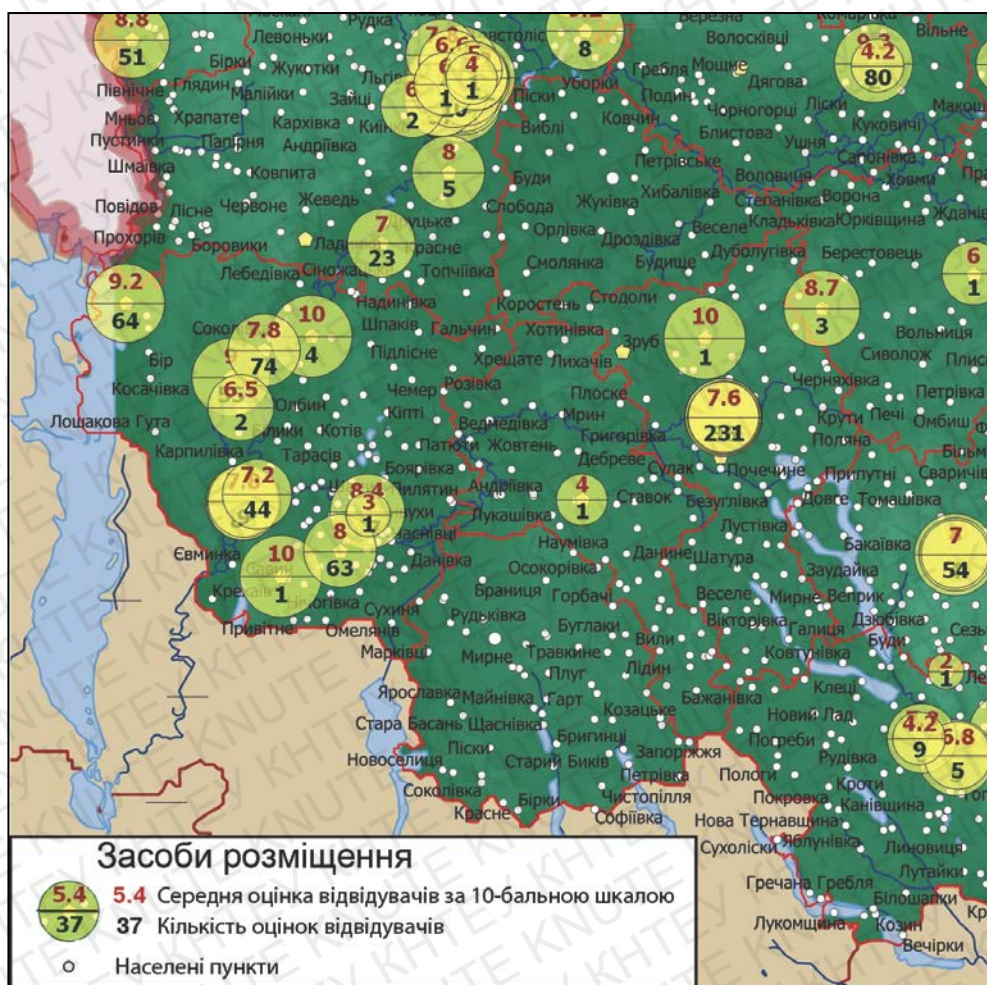


Рис. 3.8. Фрагмент карти засобів розміщення Чернігівської області з оцінкою відвідуваності

Джерело: створено автором

З рис. 3.9-3.10 (карти та таблиці бази даних) можна побачити, що найбільш відвідуваними та популярними у Чернігівській області є готелі

Чернігова, Ніжина, Батурина та села Бреч Корюківської області.

В Чернігові найпопулярнішими виявилися готелі: «Україна», «Градецький», «Профспілковий», у Батурині – готель «Вітрила Маклая». Також дуже популярними є готельні комплекси «Бреч» в однойменному селі Корюківського району та «Хутір Рибацький» у Ніжині. Дещо поступаються їм: хостел «Лео» у Чернігові, готель «Квелта» у Ніжині та готель «Дружба» у селищі Ріпки. При подальшому аналізі була досліджена кореляція між туристичними об'єктами та засобами розміщення туристів (рис. 3.11).

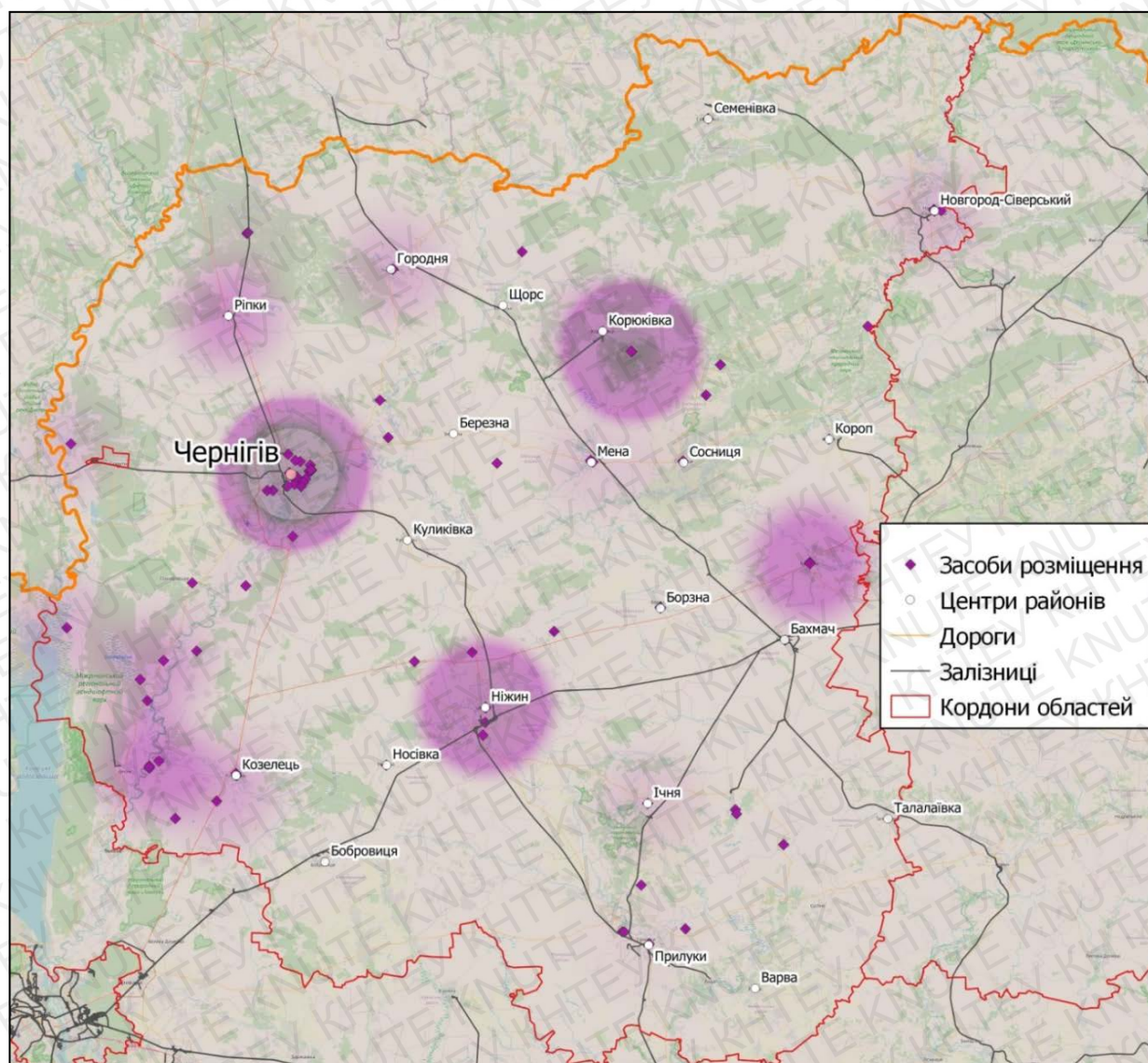


Рис. 3.9. Теплова карта унормованої привабливості засобів розміщення Чернігівської області

Джерело: створено автором

Hotels and others — Features Total: 95, Filtered: 95, Selected: 0

sm_i	name	amenity	tourism	opening_ho	addr_house	addr_stree	Grade	Responses
1 7	Ukraina	NULL	hotel	NULL	Chernihiv	NULL	8,40	1460
2 9	Бреч	NULL	hotel complex	NULL	Brech	NULL	9,40	967
3 4...	Градецький	NULL	hotel	NULL	Chernihiv	NULL	8,10	431
4 33	Khutir Rybatskyi	NULL	complex	NULL	Nizhyn	NULL	9,00	365
5 56	Parusa Maklaia	NULL	hotel	NULL	Baturin	NULL	8,80	280
6 60	Profspilkovyi	NULL	hotel	NULL	Chernihiv	NULL	7,30	241
7 3...	Hostel Leo	NULL	hostel	NULL	Chernihiv	NULL	8,20	231

Рис. 3.10. Відомості про засоби розміщення Чернігівської області

Джерело: створено автором

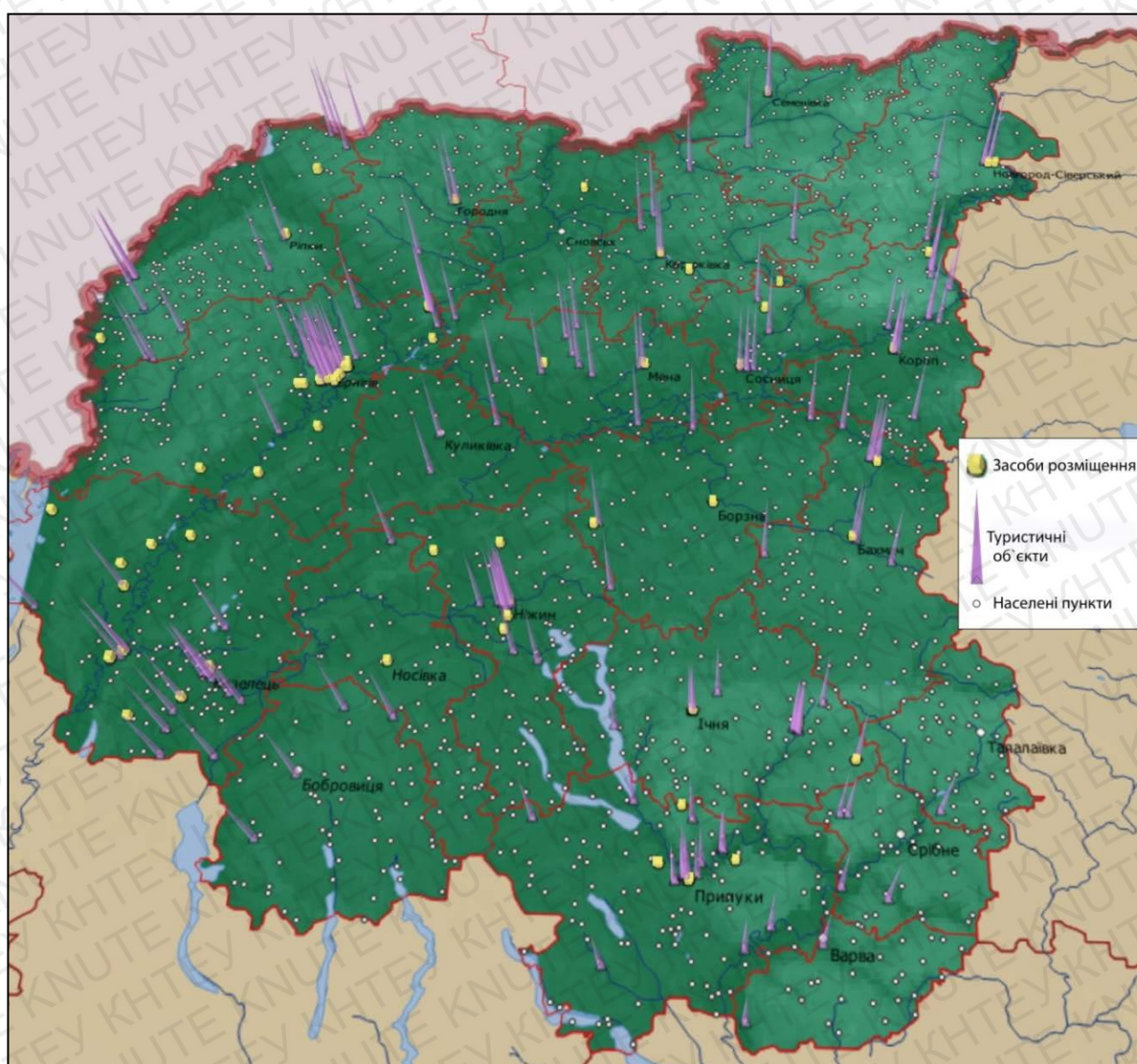


Рис. 3.11. 3D-карта кореляції туристичних об'єктів та засобів розміщення туристів у Чернігівській області

Джерело: створено автором

Це дає можливість виявити території, де додаткове розміщення об'єктів туристичної інфраструктури буде найбільш виправданим. Аналіз карти показує, що якість надання туристичних послуг з розміщення відвідувачів в деяких районах області незадовільний. Приміром, такі райони, як Куликівський, Бобровицький, Срібнянський, маючи на своїй території атракції, зовсім не забезпечені засобами розміщення. Або інформація про них відсутня у відкритих інтернет-ресурсах, що не сприяє їхньому розвитку та просуванню туристичних послуг на даних територіях.

Ще одна цікава закономірність, яку можна побачити при аналізі 3D-карти (рис. 3.11), полягає в тому, що дуже багато засобів розміщення на Чернігівщині знаходяться вздовж річкових магістралей, що дає підстави думати про більш активний розвиток в подальшому видів туристичної діяльності, пов'язаних з водними артеріями.

Використовуючи БД туристичних об'єктів, в GIS-програмі зручно проектувати різноманітні маршрути, по яких можуть бути створені цікаві тематичні тури для різної категорії відвідувачів. Особливо зручним є використання інструменту вимірювання відстаней, який необхідний при обрахунку вартості трансферу подорожі.

Приклади проектів турів по Чернігівщині показано в таблиці 3.1, а кошторис окремих витрат при здійсненні турів – в таблиці 3.2:

Таблиця 3.1

Проекти турів Чернігівщиною

№	Вид туру	Початок туру	Кінець туру	Кількість осіб	Тривалість, днів	Відвідування атракцій	Місця ночівлі (готелі)
1	Культурно-пізнавальний, відпочинковий	село Калитянське Козелецького району	село Калитянське Козелецького району	5-10	1-2	Музей «Чернігівщина – подорож крізь віки», Нац. природний парк «Залісся»	Тур. комплекс «Берег Маклая»

Продовження таблиці 3.1

№	Вид туру	Початок туру	Кінець туру	Кількість осіб	Тривалість, днів	Відвідування атракцій	Місця ночівлі (готелі)
2	Паломницький	м. Батурин	м. Новгород-Сіверський	10-15	2-3	Козацька церква в Батурині, Церква Різдва Богородиці у Сосниці, Миколаївська церква, Спасо-Преображенський монастир, Успенський собор у Новгород-Сіверському	«Вітрила Маклая» у Батурині, «ПаСвір-Да» у Н.-Сіверському
3	Екстремальний (сплав річкою Десна)	Село Камінь Н.-Сіверського району	м. Новгород-Сіверський	до 20	1-4	-	Славянський (Новгород-Сіверський)
4	Культурно-пізнавальний (Історичні поселення)	м. Остер	Селище Любеч	10-20	3-5	Історичні поселення: Козелець, Ніжин, Ічня, Прилуки, Срібне, Борзна, Батурин, Короп, Новгород-Сіверський, Сосниця, Седнів, Чернігів	«Хутір Рибацький» (Ніжин), «Вітрила Маклая» (Батурин), «Україна» (Чернігів)

Джерело: розроблено автором

Розглянемо детальніше культурно-пізнавальний тур історичними поселеннями Чернігівського краю. Як зазначалося в підрозділі 2.1, 14 населених пунктів області включені в перелік історичних поселень України. Це такі населені місця, як: Любеч, Чернігів, Седнів, Сосниця, Новгород-Сіверський, Короп, Батурин, Борзна, Срібне, Прилуки, Ічня, Ніжин, Козелець, Остер.

Таблиця 3.2

Кошторис окремих витрат запроєктованих турів Чернігівщиною*

№	Вартість трансферу (при переміщенні в межах області в один бік), грн.	Назва атракції	Середня вартість квитка для 1 особи, грн.	Середня вартість проживання (за добу на 2 особи), грн.
1	240	Музей «Чернігівщина – подорож крізь віки» – Нац. природний парк «Залісся»	15	600
2	1000	-	-	650
3	4000**	-	-	700
4	5500	-	-	800

*Ціни вказано станом на листопад 2020 р.

**В вартість входить: робота інструкторів, оренда водного спорядження, транспорт згідно з програмою, страхівка.

Джерело: розроблено автором

Запроєктуємо тур таким чином, щоб він пролягав усіма історичними поселеннями області. Також скористаємося створеною тепловою картою (рис. 3.7), яка показує нам місця скупчення історико-культурних пам'яток. Очевидно, що подорожуючи такими місцями, можна побачити більше цікавого. Такий тривалий тур передбачає обов'язкові послуги гіда-екскурсовода, який під час подорожі зможе розказати про історію Чернігівщини.

Тур тривалістю 3-5 днів розраховано на групу з 10-20 осіб. Планується лінійна подорож автобусом, і сумарна вартість перевезення становитиме біля 5,5 тис. грн. за цінами перевізників. Маршрут туру покажемо на карті Чернігівської області з допомогою інструментів програми QGIS (рис. 3.12). Для зручності нанесемо на карту також різні засоби розміщення та туристичні об'єкти, які пролягають вздовж маршруту (рис. 3.13). Це дає можливість туроператору визначитися з відвідуванням тих чи інших атракцій впродовж туру та варіювати їх в залежності від цікавості або потреб подорожуючих.



Рис. 3.12. Маршрут туру історичними поселеннями Чернігівщини

Джерело: розроблено автором

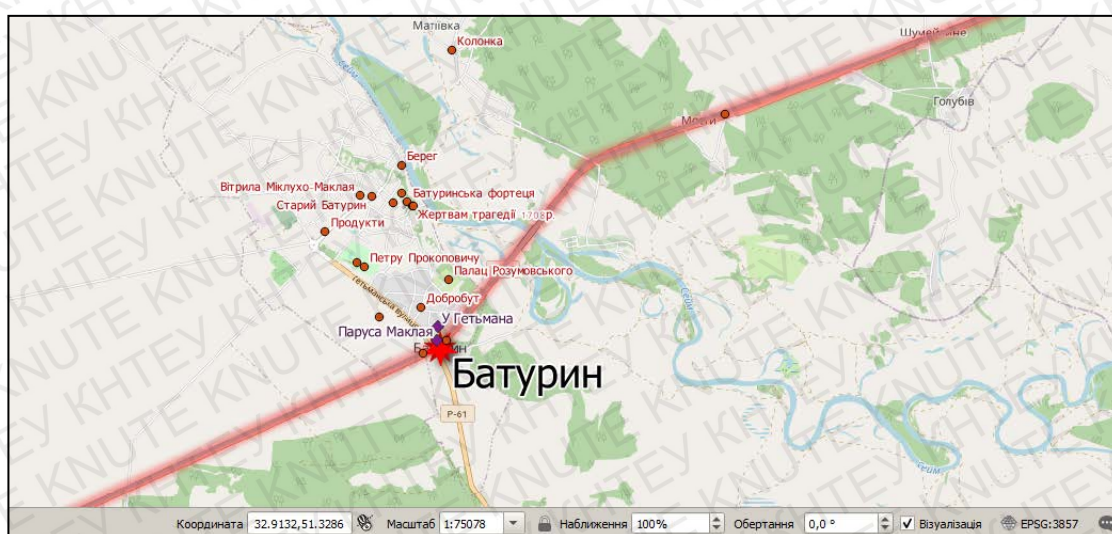


Рис. 3.13. Збільшене зображення фрагменту туру в програмі QGIS

Джерело: розроблено автором

Якщо показати дорожню мережу, це значно спрощує обрахунок тривалості подорожі між окремими пунктами призначення. В залежності від потреб конкретного користувача в GIS-програмі зображення може налаштовуватися під його запит, враховуючи його інтереси. Приміром, можна показати церкви, собори чи інші сакральні споруди, які зустрічаються вздовж маршруту подорожі (рис. 3.14).

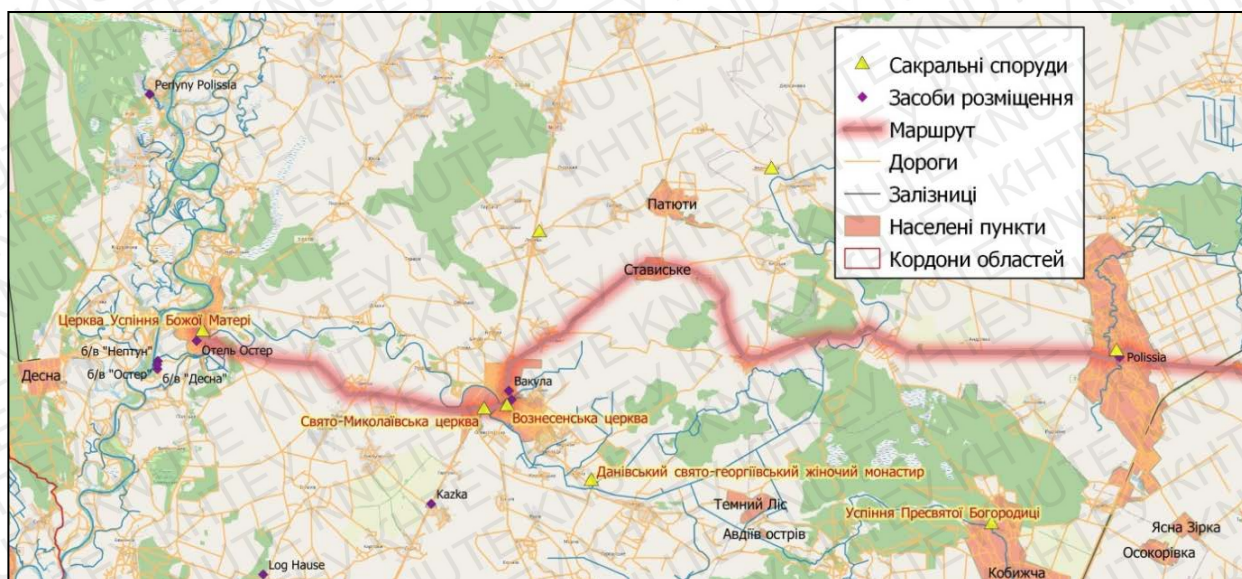


Рис. 3.14. Фрагмент маршруту туру з сакральними спорудами

Джерело: створено автором

Отже використання QGIS допоможе туроператору або самостійно подорожуючому туристу спланувати заздалегідь своє пересування маршрутом, визначитися з місцем ночівлі, придбання продуктів харчування чи отримання додаткових послуг, необхідних під час подорожі.

З допомогою запитів з БД можна отримувати необхідну інформацію, формувати дані, робити їх аналіз. Приміром, знаходити відстані та площі, обраховувати щільність, транспортну або пішохідну доступність до потрібних об'єктів, аналізувати туристичні маршрути (шукати найкоротший шлях між двома точками на маршруті, вибирати оптимальний маршрут, шукати найближчий туристичний об'єкт), будувати буферні туристичні зони, робити аналіз на основі накладання різних тематичних шарів (доріг, об'єктів інфраструктури тощо). І все це супроводжується інформацією про метадані.

Таким чином, можливості сучасних GIS-програм досить потужні. Вони можуть задовольнити запит туриста, туроператора та інших стейкхолдерів туристичного продукту в отриманні достовірної інформації щодо різних просторових об'єктів, їхнього положення в просторі.

Висновки до розділу 3

Відсутність ГІС містобудівного кадастру на місцевому та регіональному рівні довгий час призводила до відставання такої дестинації, як Чернігівська область, в організації ефективного просторового планування розвитку територій та публічного управління в державній сфері, а розподіленість та неузгодженість геопросторових даних області ускладнювала повноцінну доступність до матеріалів містобудівної документації. Це суттєво позначалося на розвитку туризму в регіоні. Тому поява нових продуктів GIS-технологій для підвищення туристичної привабливості Чернігівщини сприяє розвитку туризму та туристичної інфраструктури, які залишаються одними з найбільш перспективних галузей для інвестування. Туристичні кластери потенційно можуть перетворитися у точки економічного зростання, тому такий важливий просторовий аналіз території засобами ГІС.

Створення геопорталу містобудівного кадастру області та можливість вільного доступу до великого архіву інформації є великим проривом в розвитку даної області як туристичної дестинації. Поява великої кількості нових веб-сторінок туристичної тематики, описаних в даному розділі і присвячених інформатизації користувачів туристичних послуг, свідчить про цифровізацію туризму, що неминуче в реаліях сьогодення.

Використання такої потужної GIS-програми, як QGIS, для аналізу поточної ситуації в туристичній галузі даного регіону – це спроба показати її ефективність при вирішенні таких задач, як збір та систематизація інформації, прокладання маршрутів тощо.

Унаочнення та виявлення туристичних кластерів з допомогою теплових та 3D-карт є інноваційним та перспективним картографічним способом

дослідження туристичної привабливості районів, що сприятиме вдосконаленню маркетингової політики щодо розвитку туризму в DESTINATION.

Результати даного дослідження дають теоретичне підґрунтя для розвитку туризму в Україні на якісно новому рівні за рахунок використання GIS-технологій при розробленні національного туристичного продукту, які розкриті в процесі дослідження. Створення бази туристичних даних та аналіз туристичної привабливості DESTINATION є дуже корисними для подальшого просування національного туристичного продукту.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В ході проведеного дослідження сформовано наступні висновки:

1. Геоінформаційні системи як сучасні комп'ютерні технології, що поєднують зображення об'єктів зі статистичними даними та економічними показниками, є дуже корисними для туризму. Залучення інвестицій в інфраструктурні проекти туристичної сфери неможливо без ґрунтового аналізу наявних туристичних об'єктів та їхньої інфраструктури. Завдання ГІС-технологій полягає в тому, щоб на професійному рівні вести їхній облік, робити аналіз, моделювання, планування та прогнозування, що вкрай важливо при стратегічному управлінні. Застосування сучасних геоінформаційних технологій є і буде залишатися перспективним для туризму з огляду на те, що ГІС-аналіз території дозволяє виявляти просторові особливості поширення об'єктів, аномалії у їхньому розповсюдженні, а також є передумовою для прогнозування.
2. Використання ГІС-технологій при розробленні національного туристичного продукту полягає у створенні таких інноваційних продуктів, як інтерактивні туристичні карти та геопортали з ними. З'ясовано, що останнім часом в нашій країні спостерігається бум на них, що дає підстави стверджувати, що з розвитком інформаційних систем, ринок потенційних користувачів ними буде збільшуватися.
3. Як показали маркетингові дослідження ринку туристичних послуг Чернігівської області, на сьогоднішній день ця дестинація поки не є достатньо популярною серед туристів. Не дивлячись на свої вагомні конкурентні переваги (численні природні резервати та історико-культурні пам'ятки, зручне місцезоположення, значну водозабезпеченість, позитивний імідж тощо), вона поки не може конкурувати з розвинутими туристичними регіонами через недостатній розвиток туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг. Однак дана дестинація має значні ресурси для розвитку туризму, а отже є сподівання, що її туристичний потенціал буде надалі стрімко нарощуватися. Останніми роками спостерігаються вагомні позитивні зміни у туристичній сфері

даної DESTИНАЦІЇ, що свідчить про розуміння місцевим керівництвом та населенням важливості розвитку туризму. Недарма в концепціях розвитку цього регіону туризму надається таке вагоме місце та визначається розвиток сучасних інформаційних технологій в цілому, впровадження геоінформаційних систем містобудівного кадастру зокрема.

4. Переорієнтація на внутрішній туризм, перерозподіл туристичних потоків та зміна пріоритетів на ринку туристичних послуг, спричинені ситуацією з COVID-19, можуть сприяти розвитку даної DESTИНАЦІЇ. Розвивати національні туристичні продукти на якісно новому рівні можна завдяки впровадженню різного роду інновацій, за рахунок використання інформаційних технологій, серед яких ГІС-технології посідають вагоме місце. Просторовий аналіз території засобами ГІС дає можливість виділяти туристичні кластери, які потенційно можуть перетворюватися у точки економічного зростання.

5. Потужність ГІС-технологій та функціональність продуктів, створених з їхньою допомогою, постійно нарощується, а відтак збільшується кількість користувачів ними серед споживачів та розробників туристичних послуг. Стейкхолдерами використання ГІС-продуктів на практиці можуть бути споживачі на виробники туристичного продукту, посередники та партнери, а також органи влади, бізнес структури, місцеве населення тощо.

6. Геопортал містобудівного кадастру Чернігівської області як сучасний продукт ГІС-технологій дає можливість вільного доступу до великого масиву інформації і створює відчутні переваги для розвитку даної області як туристичної DESTИНАЦІЇ. Поява великої кількості нових веб-сторінок туристичної тематики, присвячених інформатизації користувачів туристичних послуг, свідчить про цифровізацію туризму, що неминуче в реаліях сьогодення.

7. Дослідження поширення туристичних об'єктів, об'єктів туристичної інфраструктури по території Чернігівської області та створена в ході виконання роботи база даних можуть бути використані при формуванні реєстру пам'яток культурної спадщини України або єдиної бази підприємств, що надають туристичні послуги. Унаочнення результатів дослідження у вигляді

відповідних карт можуть сприяти в прийнятті рішень щодо подальшого розвитку туризму в DESTINAЦІЇ і є дуже корисними для рекламування і подальшого просування національного туристичного продукту. А запроектований продукт ГІС-технологій – туристичний маршрут туру історичними поселеннями Чернігівщини – може сприяти підвищенню туристичної привабливості Чернігівської області.

8. Пропозиціями щодо удосконалення та підвищення ефективності діяльності при розробленні національного туристичного продукту з використанням ГІС-технологій можуть бути:

- використання нових та сучасних джерел інформації для забезпечення об'єктивності дослідження;
- постійний моніторинг змін та оновлення бази даних про туристичні об'єкти та об'єкти туристичної інфраструктури для забезпечення достовірності отриманих результатів;
- постійне оновлення версій програмного забезпечення, що використовується при роботі з продуктами ГІС-технологій;
- вдосконалення професійної майстерності виконавців;
- співпраця з органами державної влади і місцевого самоврядування для надання додаткових довідково-інформаційних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антоненко І.Я. Історико-культурна спадщина Чернігівської області: стан та перспективи розвитку / І.Я. Антоненко, Ю.М. Котюх // Ефективна економіка. – 2017 – №11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5854>.
2. Артеменко О.І. Інформаційні технології в галузі туризму. Аналіз застосувань та результатів досліджень / О.І. Артеменко, В.В. Пасічник, В.В. Єгорова // Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі. – 2015 – №814. – С. 3-22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPICM_2015_814_3.
3. Артеменко О.І. Системні особливості сучасних інформаційних технологій у галузі туризму / О.І. Артеменко, Н.Е. Кунанець, В.В. Пасічник, В.В. Савчук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2015. – Вип.25.9. – С.268-277. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2015_25.
4. Видатні дерева України. URL: <https://maps.visicom.ua/c/31.94824,51.29456,8/po/oldesttreesukraine?lang=uk>.
5. В'їзний туризм // Всє о туризме. Туристическая библиотека. URL: https://tourlib.net/books_ukr/vt4-2-10.htm.
6. ГИС Ассоциация. URL: <http://www.gisa.ru/92536.html>.
7. Глебова А.О. Інноваційні технології у туристичній галузі // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – №2(8). URL: https://tourlib.net/statti_ukr/glebova2.htm.
8. Головне управління статистики у Чернігівській області. URL: <http://www.chernigivstat.gov.ua/statdani/Turizm/Tur6.htm>.
9. Готинян В.С. Туристичні геоінформаційні веб-сайти / В.С. Готинян, О.В. Томченко, А.В. Семененко // Географія та туризм. – 2010. – Вип.8. – С. 137-140. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_8_32.
10. Данильчук В.Ф., Методика виявлення пріоритетного освоєння

туристско-рекреационных территорий на основе ГИС-технологий / В.Ф. Данильчук, Н.С. Кудокоцев, И.Л. Семичастный // Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. – 2008. – №12. – С.25-29.

11. Даценко Л.М. Створення карт туристичного спрямування на основі новітніх комп'ютерних технологій / Л.М. Даценко, В.І. Остроух // Географія та туризм: зб. наук. праць – К.: ВГЛ «Обрії». – 2007. – Вип.1. – С.45-50.

12. Департамент культури і туризму, національностей та релігій Чернігівської обласної державної адміністрації. URL: https://www.cult.gov.ua/news/pro_rozvitok_turistichnoji_galuzi_chernigivskoj_i_oblasti/2017-11-28-8367.

13. Дерев'яні храми України. URL: <http://www.derev.org.ua/chernih/chernih.htm>.

14. Доісторична Україна. URL: https://www.google.com/maps/@48.3141667,31.3636648,6z/data=!3m1!4b1!4m2!6m1!1s1U7tQcIs46fNHQeuTN5_JqVeeLUUUFsAX.

15. Дудун Т.В. Географічні карти та картографічний метод дослідження / Т.В. Дудун, С.В. Тітова. – К., 2017. – 150 с.

16. Звіт про стан справ у галузях і сферах області за підсумками 2019 року. URL: <http://cg.gov.ua>.

17. Інноваційні технології в туризмі: методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни / укл. Т.П. Кононенко. – Харків, 2019. – 27 с.

18. Інтерактивна туристична карта Тернопільської області. URL: <http://bit.ly/2SJVBWw>.

19. Інформаційні технології та системи в туризмі: навчальний посібник / Т.Г. Купач. – К.: Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2015. – 97 с.

20. Кальна-Дубінюк Т.П. Застосування сучасних інформаційних технологій у розвитку сільського зеленого туризму в Україні / Т.П. Кальна-Дубінюк, Н.А. Пугач // Науковий вісник Національного університету

біоресурсів і природокористування України. – 2011. – Вип.163. – Ч.1. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kalna.htm.

21. Косенко Ю.Ю. Туристична ГІС як результат туризмознавчого прикладного дослідження адміністративної області: методичні аспекти. Людина та довкілля. Проблеми неоекології. – 2019. – 32. – С.16-29. URL: <https://periodicals.karazin.ua/humanenviron/article/view/15051/14093>.

22. Крижова Н.О. Атлас «Туристичне намисто України» – К.: ДНВП «Картографія», 2011. – 136 с.

23. Кулик В.Б. (Лепетюк В.Б.) Концептуальне моделювання бази геопросторових даних туристично-рекреаційної сфери // Геопростір 2017: Зб. тез доп. III Міжн. наук.-техн. конф. – К.: КНУБА, 2017. – С. 40-43.

24. Курач Т.М. Проект інтерактивної туристичної карти Богуславського району / Т.М. Курач, М.А. Молочко, І.О. Підлісецька // Часопис картографії: зб. наук. пр. – К.: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2016. – Вип.16. – С.24–31.

25. Леонтьєва Ю.Ю. Оцінка ресурсів категорії «атракція» регіональних DESTINACIЙ України // Економіка і регіон. – 2009. – №3(22). – С.20-25.

26. Лутай А.П. Інформаційні технології у туристичній галузі // Зб. мат. наук.-практ. конф. ДонНУЕТ. – Донецьк, 2012. – С.241-247.

27. Мандруй Україною. URL: <https://ua.discover.net.ua/destinations>.

28. Мандруй Харківщиною. URL: <https://discover.kh.ua/>.

29. Міністерство розвитку громад та територій України. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2019/12/PROTOKOL-14-Dodatok-1.pdf>.

30. Міхєєв І.А. Геоінформаційне моделювання регіональної сфери туризму / І.А. Міхєєв, В.В. Носкова, А.Ю. Чудаколов // Системи обробки інформації. – 2015. – С.74-77.

31. Мельник А.В. Впровадження та вдосконалення геоінформаційних технологій у туристичній діяльності // Науковий вісник УжНУ. Серія «Економіка». – 2009. – Вип. 28. – С.43-44. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/melnyk3.htm.

32. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в управлінні суб'єктами туристичної діяльності // Вісник КНТЕУ. – К., 2008.
33. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія. – К.: Київський національний торговельно-економічний ун-т, 2008. – 493 с.
34. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія / Г.І. Михайліченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с.
35. Наукові основи системного картографування регіонів України для потреб туризму (на прикладі Харківської області) [Текст]: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. геогр. наук: спец. 11.00.12 / Прасул Юлія Іванівна. – Харків, 2004. – 20 с.
36. Нерухомі пам'ятки України. URL: <https://u.to/LAkkFw>.
37. Об'єкти соціальної інфраструктури України. URL: <https://u.to/2u4jFw>.
38. Онищенко М.Г. Міжнародне визнання карт туристичних маршрутів Карпат // Картографія та вища школа: сучасний стан і стратегія розвитку. Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конференції (Київ, 27–28 вересня 2018 р.): тези доповідей – Київ, 2018. – С.18-20.
39. Онищенко М. Г. Туристське картографування: вдалий досвід, успішний результат // Часопис картографії: збірник наукових праць. – К.: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2019. – Вип.20. – С.26-38.
40. Офіційний веб-портал Чернігівської міської ради. URL: <https://chernigiv-rada.gov.ua>.
41. Пересадько В.А. Застосування картографічного методу в процесі дослідження природної та історико-культурної спадщини в Харківській області / В.А. Пересадько, К.В. Шпурік // Проблеми безперервної географічної освіти і картографії: збірник наукових праць. – Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2010. – Вип.11. – С.129-135.
42. Пікнік локації Львівщини. URL: <https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1b6VajV2T4xeX0L9Y-KoUFwQSy7U&ll=49.69034229735094%2C23.97115922222224&z=8>.

43. Підлісецька І.О. Картографічне дослідження історико-культурної спадщини Хмельницької області / І.О. Підлісецька, О.М. Дмитрук // Часопис картографії: збірник наукових праць. – К.: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2013. – Вип.6. – С.43-51.
44. Підлісецька І.О. Картографування туристичного потенціалу Івано-Франківської області / І.О. Підлісецька, О.В. Шаповал // Часопис картографії: збірник наукових праць. – К.: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2013. – Вип.7. – С.84-93.
45. Поливач К.А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України – К.: Інститут географії НАН України, 2012. – 208 с. URL: https://igu.org.ua/sites/default/files/pdf-text/PolyvachK_Heritage.pdf.
46. Погуда Н. В., Чухіна О. В. Стратегічні напрями розвитку туризму в Чернігові // Економіка та держава. – 2019. – №1. – С.95-99. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2019/18.pdf.
47. Прихованні скарби Миколаївщини. URL: <http://travelinmykolaiv.com.ua/>.
48. Про Національну програму інформатизації: Закон України від 04.02.1998 № 74/98-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80#Text>.
49. Про топографо-геодезичну діяльність і картографічну діяльність: Закон України від 03.04.2003 № 662-IV, ВВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/353-14#Text>.
50. Про туризм: Закон України від 15.09.95, № 325/95-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
51. Публічна кадастрова карта України. URL: <https://map.land.gov.ua/>.
52. Регіональне картографування природної та історико-культурної спадщини (на прикладі Харківської області) [Текст]: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. геогр. наук: спец.11.00.12 / Шпурік Катерина В'ячеславівна. – Харків, 2015. – 20 с.
53. Рекреаційно-туристичні ресурси України з основами туристичного

ресурсознавства: навчальний посібник / Н.О. Алешутіна, О.В. Барановська, М.О. Барановський, О.О. Зеленська, І.В. Смаль, І.М. Філоненко. – Чернігів: Вид-во ЧНТУ, 2015. – 492 с.

54. Руденко Л.Г. Геоінформаційне картографування в Україні. Концептуальні основи і напрями розвитку / Л.Г. Руденко, Т.І. Козаченко, Д.О. Ляшенко, А.І. Бочковська, А.П. Дишлик, В.С. Чабанюк, В.В. Путренко // НВП «Наукова думка» НАН України». – 2011. – 102 с.

55. Стратегія сталого розвитку Чернігівської області на період до 2027 року – Чернігів, 2019. – 97 с. URL: http://cg.gov.ua/web_docs/1/2019/04/docs/.

56. Технічні пам'ятки України. URL: https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1b8Hv_BCnYBfIPSky4ze4Xwa_6Hmy6GoB&ll=51.229925281764224%2C32.080697029366476&z=8.

57. Туристична Житомирщина. URL: <https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1wYkdGWG7HoCxCdIrxWYOGIZI&ll=50.69396517368676%2C29.270517812499975&z=8>.

58. Туристична карта Одеської області. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/lnews/google-sozdal-turisticheskuyu-kartu-odesskoy-1464693573.html>.

59. Україна Інкогніта. URL: <http://ukrainaincognita.com/mista-ta-regiony/chernigivska-oblast>.

60. Українські пам'ятки архітектури. Спадщина. URL: https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?hl=ru&mid=1QQIDKZr_KSMC3_bYWT8gr5Qaw&ll=49.82425206575133%2C24.520111083984375&z=8&fbclid=IwAR3wgG5eqdlwXnkEkHCp_AOOTMMeYY9WeAPrT7Zf6ssbpdRY2Q5r_9lPU.

61. Управління містобудування та архітектури Чернігівської ОДА. URL: http://chernigiv_dma.local.softpro.ua/.

62. Худо В.В. Інформаційні технології в управлінні туризмом / Міжнародний конгрес «Проблеми інформатизації рекреаційної та туристичної діяльності в Україні: перспективи культурного та економічного розвитку». – Трускавець. – 2000. – С.161-166.

63. Чернігівська обласна рада. URL: <https://chor.gov.ua/>.

64. Чернігівський монітор. URL: <http://monitor.cn.ua/ua/monitoring/39585>.
65. Чернігівщина туристична. URL: <https://chernihivregion.travel>.
66. Чернігівщина туристична. URL: <https://chernihivregion.travel/turystychni-obiekty>.
67. Черняга П.Г. Принципи формування інфраструктури геопросторових даних для забезпечення сталого розвитку туризму / П.Г. Черняга, О. Лагоднюк, О. Романюк // Геодезія, картографія і аерофотознімання: міжв. наук.-техн. зб. – Львів: вид-во Львівської політехніки, 2010. – Вип.73. URL:<http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/10232/1/21.pdf>.
68. Шаповал В.М. Розробка актуальних економічних стратегій підприємств туристичної галузі України / В.М. Шаповал, Т.В. Герасименко, М.В. Шпак // Приазовський економічний вісник. – 2017. – Вип.2(02). URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/2_02_uk/18.pdf.
69. Шаховська Н.Б. Аналіз інформаційних систем оброблення даних туристичної сфери / Н.Б. Шаховська, Д.І. Угрин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – Вип.18.10. – С.258-263.
70. Що подивитись – Україна. URL: https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1nlskjs8_rQPSMdYVo_EajzD9BvmL_1Q2&ll=51.47319586182624%2C31.505425045554155&z=10.
71. Carto. URL: <https://barregi.carto.com/maps>.
72. Discoverodesa. URL: <http://discoverodesa.com.ua/>.
73. Eboy Oliver. Tourism Mapping: An overview of cartography and the use of GIS // BIMP-EAGA Journal for Sustainable Tourism Development. – 2017. – P.61-67. URL: https://www.researchgate.net/publication/334169807_TOURISM_MAPPING_AN_OVERVIEW_OF_CARTOGRAPHY_AND_THE_USE_OF_GIS.
74. Jancewicz K. Tourist maps – definition, types and contents / K. Jancewicz, D. Borowicz // Polish Cartographical Review. – 2017. – 49(1). – P.1-15. – URL: https://www.researchgate.net/publication/317032762_Tourist_maps_-_definition_types_and_contents.
75. Karanikolas N. Tourist cartography on the internet, a proposal for the city

of Thessaloniki / N. Karanikolas, D. Sarafidis. URL: https://www.academia.edu/482990/TOURIST_CARTOGRAPHY_ON_THE_INTERNET_A_PROPOSAL_FOR_THE_CITY_OF_THESSALONIKI.

76. Kulyk V. (Lepetiuk V.) Determining the tourist attractive regions by GIS analysis using heatmaps / V. Kulyk (V. Lepetiuk), R. Sossa // Geodesy and Cartography: journal. – 2018. – 44(1). – P.22-27. URL: <https://journals.vgtu.lt/index.php/GAC/article/view/882>.

77. Sightsmap. URL: <http://www.sightsmap.com>.

78. Softpro. URL: <https://softpro.ua/onovleni-geoportal-mistobudivnogo-kadastru-chernigivskoi-oblasti>.

79. Strava. URL: <https://www.strava.com>.

80. Travelriskmap. URL: <https://www.travelriskmap.com/>.

ДОДАТКИ

**Київський національний торговельно-економічний
університет
Факультет ресторанно-готельного
та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації**

ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

**Збірник наукових статей студентів
заочної форми навчання,
які здобувають освітній ступінь «магістр»
за спеціальностями 073 «Менеджмент»
(спеціалізація «Туристичний та курортно-
рекреаційний менеджмент»),
242 «Туризм» (спеціалізація «Міжнародний
туристичний бізнес»)**

Частина 1

Київ 2020

ЛЕНИК А. Просування туристичного продукту міста Києва в сегменті ділового туризму на міжнародний рівень	85
ЛЕПЕТИЮК В. Можливості GIS-технологій при розробленні національного туристичного продукту	88
ЛИТВИНЕНКО А. Позиціонування туристичного продукту івент-туризму Черкаської області на міжнародному ринку	97
ЛУК'ЯНЧУК Г. Особливості брендингу туристичних територій як інструменту підвищення їх туристичної привабливості	101
МАНУКЯН А. Особливості розробки та просування туристичного продукту регіону	106
ОРЛЕНКО О. Просування туристичного продукту Львівської області на міжнародний ринок.....	114
РОМАНОВА А. Інноваційний комплекс і конкурентна стратегія просування послуг СПА та велнес туризму сегменту лакшері	119
СИДОРЕНКО О. Особливості розвитку медичного туризму в Україні та на міжнародному ринку туристичних послуг	125
СІЛЬЧЕНКО О. Просування продукту культурно-пізнавального туризму Київської області	130
СЛОКВА А. Проблеми та перспективи розвитку клубного туризму в Україні	135
ТІМОРІНА Д. Розвиток потенціалу Київської області на міжнародному ринку спортивного туризму	140
ТРИЩУН О. Особливості проектування туристичного продукту у сфері гастрономічного туризму	145
ЦУП А. Особливості розвитку цифрового туризму в сучасних умовах	151
ЧАНЄВА А. Світові тенденції та вітчизняна практика розвитку лікувально-оздоровчого туризму	158
ШИМАНСЬКА К. Інноваційний комплекс просування послуг туристичного агентства з використанням SMM – технологій	165

контексті, діловий туризм може дуже сильно посприяти розширенню сфери бізнес-контактів, розвитку економіки країни та її інтеграції на світовий ринок.

Разнопланові міжнародні туристичні виставки, подарункові тури, корпоративні тури, тимблдинг і т. д., спроможні розвивати відповідну інфраструктуру туризму та сприяти зростанню туристичних потоків. Для підвищення конкурентоспроможності на світовому туристичному ринку, Україна, має великий потенціал для розвитку ділового туризму. Тому необхідно використовувати досвід передових країн в організації цього туристичного сектора, розробити ефективну маркетингову стратегію по просуванню ділового туризму та розвивати систему підготовки кадрів у сфері ділового туризму.

Список використаних джерел

1. <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/destination-ukraine-skolko-ukraina-mozhet-zarab-355991/>
2. <https://glonasstravel.com/destination/vidy-turizma/delovoj-turizm/>
3. <https://incomartour.com.ua/mice>
4. https://plus.rbc.ru/partners/5bd9b2947a8aa927536cb7c5?utm_source=topline
5. https://tourlib.net/statti_ukr/titova.htm
6. <https://zaporizhzhia.city/ru/news/mice-turizm-globalne-ta-regionalne-znacenna>
7. <https://zruchno.travel/Publications/Entry/4850?lang=ru>
8. Гасиев М. Основы делового туризма и индустрии MICE в России и за рубежом: сравнение и тенденции / М. Гасиев. – М., 2004. – 145 с.
9. Титова Н.В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://irbis-nbuv.gov.ua>
10. Офіційний сайт Асоціації ділового туризму України. Режим доступу: <http://www.mice.com.ua>

Робота виконана під науковим керівництвом д-ра екон. наук, професора
МИХАЙЛІЧЕНКО Г. І.

МОЖЛИВОСТІ GIS-ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ РОЗРОБЛЕННІ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

ЛЕПЕТЮК В., 2 курс (ОС «magістр») ФРГТБ КНТЕУ,
спеціальність «Туризм», спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»

В статті проаналізовано можливості використання передових інформаційних технологій в туризмі, зокрема GIS-технологій, для створення національного туристичного продукту. Обґрунтовано методику аналізу туристичної привабливості дестинації шляхом поєднання картографічного методу та геоінформаційних технологій.

In the article the possibilities of using advanced information technologies in tourism, in particular GIS-technologies, are analyzed to create a national tourism product. The methodology for the analysis of the tourist attractiveness of the destination by combining the mapping method and geoinformation technologies is grounded.

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що в Україні сьогодні відбувається популяризація внутрішнього туризму, особливо в умовах подолання наслідків пандемії. Електронний бум в галузі туризму та інтерес до інноваційних впроваджень в цій сфері

привертають все більшої уваги до цифрових технологій, серед яких вагоме місце займають GIS-технології.

Метою даної публікації є дослідження можливостей використання GIS-технологій при розробленні національного туристичного продукту на прикладі Чернігівської області, аналіз інноваційних шляхів вивчення сучасного стану розвитку туризму в DESTINATIONI.

Застосування GIS-технологій в туризмі розглядалося в працях багатьох науковців, зокрема: Мельник А.В., Барліані І.Я., Мельниченко С.В., Черняга П.Г., Пасічник В.В., Артеменко О.І., Попик І.В., Прасул Ю.І., Кулик В.Б., Готинян В.С., Лутай А.П., Купач Т.Г. тощо [1, 3, 7-14]. Наразі в них розглядалися проблеми та перспективи застосування сучасних GIS-технологій для розвитку туризму, розкривався досвід їхнього впровадження при вирішенні практичних завдань. Однак не робився акцент на можливостях їхнього використання для створення національного туристичного продукту.

Відповідно до статті 6 Закону України «Про туризм» держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності [14]. Одночасно підсилення важливості розвитку внутрішнього та в'їзного туризму вимагає розроблення національних туристичних продуктів, які б створювали конкурентне середовище зі світовими туристичними продуктами. Цього можна досягти, якщо активно запроваджувати інновації.

Сучасний туризм все більше відходить від розуміння туристичної подорожі, як такої, яка має на меті відпочинок. Концепція 3 S (sea, sun, sand), яка під туристичною подорожжю розуміла пасивне проведення часу, трансформувалася в концепцію 3 L (lore, landscape, leisure), яка означає вивчення традицій, захоплення пейзажами та пізнання. Отже зміна цінностей сучасного туриста вимагає і зміни підходів до організації туристичних подорожей.

Інноваційний підхід в туризмі передбачає створення нового або зміну існуючого туристичного продукту та використання передових інформаційних технологій. При всьому різноманітті спеціалізованих картографічних творів туристичного напрямку, слід визнати, що вони створені більше для туристів і туроператорів. Тоді як помітно відчутний брак таких творів для управлінців туристичною галуззю. Потреба в останніх очевидна, так як зараз відчувається потреба у прийнятті рішень в питаннях організації процесів туристичної діяльності та інфраструктури туризму. Сучасні технології, особливо GIS-технології, можуть значно допомогти в вирішенні цих питань. Вони також можуть служити потужним інструментарієм у визначенні туристичної привабливості території, що досліджується.

Актуальність даного дослідження полягає саме у розробленні стратегії формування національного туристичного продукту, пошуку туристично привабливих територій для формування на них туристичних кластерів.

Формування нового туристичного продукту неможливе без використання певного контенту, під яким розуміється інформація та досвід, призначені для конкретного кінцевого користувача або цільової аудиторії. Якість контенту важлива для просування туристичного продукту, яке відбувається за такими каналами:

- сайт туристичного підприємства;
- соціальні мережі;
- пошукові системи;
- профільні агрегатори;
- сторонні ресурси;
- блоги (як внутрішні, так і від сторонніх осіб та організацій);
- засоби масової інформації.

Для створення якісного туристичного контенту, який би успішно конкурував на ринку туристичних послуг доцільно активно використовувати GIS-технології. Шляхи використання GIS-технологій для просування туристичного продукту можуть бути наступні:

- використання GIS-технологій для навігації по території DESTINATIONI з актуальними даними про туристичні об'єкти та локації, привабливі атракції, об'єкти туристичної інфраструктури, дорожню мережу тощо;

- турів та проектування маршрутів на GIS-платформах з врахуванням типів, видів чи класів подорожуючих;
- просторовий аналіз туристичної привабливості регіонів з використанням GIS-програм;
- комп'ютерні ігри, в яких використовується інтерактивна карта дестинації, і які допомагають краще познайомитися з атракціями;
- створення GIS-платформи для інформатизації туристів та координації дій у подієвому туризмі;
- популяризація місцевих туристичних атракцій серед населення шляхом нанесення їх на інтерактивні карти, які розміщені на туристичних та інших сайтах;
- створення туристичних геопорталів з використанням GIS-технологій;
- формування бази даних туристичних об'єктів та об'єктів туристичної інфраструктури;
- аналіз інформації з використанням GIS-технологій для успішного маркетингу.

В даному дослідженні ми сфокусувалися на такому туристичному продукті, як регіон України, тобто туристична дестинація, розвиток якої сприятиме у покращенні ситуації з внутрішнім туризмом. В якості національного туристичного продукту було обрано Чернігівську область як особливий, зумовлений географічним видом продукт. Це внутрішньо складена збірка елементів, виділених з огляду на свою локалізацію в просторі, що характеризується набором туристичних атракцій [2].

Чернігівська область, як один з 25 регіональних туристичних дестинацій (Ю.Ю. Леонтьєва [4]) має сприятливі умови для динамічного розвитку різних видів туризму. Маючи 211 пам'яток національного значення, Чернігівщина, тримається на четвертому місці в Україні за їх кількістю (після Львівської області, АР Крим, та Волинської області). На державному обліку в області знаходиться понад 9000 пам'яток культурної спадщини. 14 населених пунктів області включені в перелік історичних поселень України, три з них мають тисячолітню історію (м. Чернігів, м. Новгород-Сіверський та селище Любеч). В області налічується 37 музейних установ, в тому числі 3 національних заповідника. Це культурно-історична дестинація «Чернігів стародавній», «Гетьманська столиця» та «Качанівка, а також меморіальний комплекс «Пам'яті Героїв Крут». За кількістю музеїв Чернігівщина займає 3 місце в Україні (після Київської та Полтавської областей). Але вона є однією з найбільш розвинених в Україні за кількістю спортивних установ. Традиційно популярними місцями, які приймають основну масу туристичних потоків, є Чернігів, Батурич, Качанівка, Тростянець, Седнів, Новгород-Сіверський [16].

На Чернігівщині знайдено майже 90 колективних засобів розміщення (готелі, хостели, туристичні комплекси тощо). Серед них є сучасні готелі та відпочинкові комплекси, такі як еко-готель «ШишкіNN», туристично-готельний комплекс «Бреч», історико-культурний центр «Вітрила Міклухо-Маклая», туристичний комплекс «Голубі озера» та інші.

В області є умови для розвитку таких видів туристичної діяльності:

- верхова їзда, мисливство та рибальство;
- екскурсії, подорожі;
- відвідування військово-історичних експозицій;
- дегустаційні тури (гастро туризм);
- активний та екстремальний відпочинок (наприклад, сплав, парашутизм);
- рекреація та лікування;
- паломництво, відвідування сакральних об'єктів;
- відвідування музеїв та театрів, зоопарків;
- фестивальний туризм.

Найбільш популярними в області є екскурсійний, екологічний (зелений), сільський та активний туризм. Є можливості для розвитку лікувально-оздоровчого, релігійного та подієвого (фестивального) туризму.

Пріоритетними напрямками розвитку даної дестинації є сільський та зелений туризм. На сьогодні в області відпочинок на селі пропонують понад 40 садиб та баз відпочинку. Основні центри сільського туризму знаходяться в Чернігівському, Коропському, Ічнянському, Ріпкинському районах та передмісті Чернігова. Найбільш відомі: «Соколинний хутір», «Андріївські озера», «Кінний двір» та інші.

Останніми роками значно зросла кількість відвідувачів об'єктів природно-заповідного фонду. Стрімко розвивається в області активний туризм, а саме: сплави на плотах та байдарках, велотури, прогулянки на конях, пішохідні тури, пейнтбол тощо. Цей вид туризму активно розвивається у Новгород-Сіверському, Чернігівському, Менському, Куликівському, Корюківському, Ріпкинському районах та відкриває можливості для реалізації у кожному районі області.

Набирає обертів розвиток подієвого або фестивального туризму. Найбільш популярними є: фестиваль авторської пісні та Міжнародний молодіжний фестиваль «Івана Купала на Голубих озерах», фестиваль «Київська Русь» у Любечі, фестиваль національних культур «Поліське коло», літературно-мистецьке свято «Седнівська осінь», «Зелена сцена» у Чернігові та багато інших [16].

Як в Україні, так і в Чернігівській області зокрема, спостерігається позитивна динаміка кількості внутрішніх туристів. Українці почали більше подорожувати в межах країни. Збільшується кількість екскурсантів, що відвідують музеї та заповідники області. Щодо іноземних туристів, то в цілому по Україні спостерігається позитивна динаміка їх кількості. Але державний кордон у межах Чернігівської області з туристичною метою за 9 місяців 2017 року перетнуло на 23 % менше осіб у порівнянні з аналогічним періодом 2016 року. Ці дані свідчать про зменшення кількості туристів, які приїхали з Республіки Білорусь та Росії.

Прослідковується позитивна динаміка надходжень туристичного збору до місцевих бюджетів області. Розуміючи значення туризму для ефективного розвитку регіону та України в цілому, Департаментом культури і туризму, національностей та релігій Чернігівської обласної держадміністрації здійснюються заходи, спрямовані на промоцію наявного туристичного потенціалу на внутрішньому та зовнішньому ринку туристичних послуг та збільшення туристичних потоків. Дана робота здійснюється відповідно до Стратегії розвитку туризму і курортів до 2026 року та Обласної цільової Програми розвитку туризму в Чернігівській області до 2020 року.

В області активно проводяться рекламно-інформаційні та прес-тури, під час яких туроператорів України знайомлять з найбільш привабливими туристичними об'єктами області. Проводяться семінари та тренінги для відповідальних працівників з питань туризму та представників туристичної галузі області для ознайомлення з сучасними тенденціями розвитку туризму. Для популяризації туристичного потенціалу Чернігівщини розроблено та видано 5 різновидів рекламно-інформаційної продукції, у тому числі польською та білоруською мовами, подієвий календар на 2018 рік. Виготовлено сувенірну продукцію з новим туристичним логотипом.

Здійснюється постійна робота щодо поширення інформації про туристичні пропозиції та можливості області через інтернет-ресурси та засоби масової інформації, а саме: забезпечується наповнення туристичного розділу офіційного сайту Департаменту культури і туризму, національностей та релігій облдержадміністрації, ведуться сторінки у соцмережах, надаються матеріали для публікації на туристичних порталах України та у друкованих виданнях. Створено окремий туристичний портал області «Чернігівщина туристична» [16].

Сьогодні в Україні в цілому та у Чернігівській області зокрема нажалі поки відсутня єдина державна інформаційна система (база даних) про туристичні ресурси. Інформація про детальний опис туристичного об'єкту, його стан, може бути неповною, недостовірною, або мати дуже несумірний вигляд для її обробки в базах даних. Це значно ускладнює аналіз такої

інформації. Тому використання GIS-технологій може значно покращити ситуацію, яка склалася.

Головне завдання GIS для туризму полягає у можливості збирати дані, створювати бази туристичних даних, вводити їх в комп'ютерні системи, зберігати, обробляти і перетворювати, а потім видавати нові знання за запитом користувача. Впровадження геоінформаційних систем для туризму дозволяє полегшити та автоматизувати роботу, істотно розширити використання топографічних і тематичних карт, які містять великий об'єм інформації, необхідної для аналізу привабливості туристичних об'єктів певної дестинації. GIS можна використати для вирішення питання ефективного управління туристичними ресурсами, отримання кількісної та якісної інформації про туристичні об'єкти.

Використання GIS-технологій має велике значення в проектуванні туристичної діяльності. Вони допомагають визначити, як розміщені туристичні ресурси по території, зрозуміти, чи відповідає територія запиту користувача на отримання туристичних послуг, спрогнозувати подальший розвиток туризму в певній дестинації, приймати управлінські рішення щодо розвитку туризму в регіоні.

Аналіз картографічної інформації засобами GIS-технологій дає можливість визначати просторові закономірності поширення процесів чи явищ, а також аналізувати умови та фактори, які впливають на їх розміщення, давати прогноз їх розвитку в просторі. GIS-аналіз території дозволяє виявляти тенденції поширення явищ, аномалії у їхньому розподілі, а також є передумовою для прогнозування. Отже його застосування для прогнозування розвитку туристичної діяльності є корисним і вкрай важливим [14].

Для виявлення туристичної привабливості регіонів, застосовуючи інноваційні підходи (рис.1), доцільно використовувати можливості просторового аналізу, який виконується в GIS програмах і здійснюється з метою визначення статистики туристичних об'єктів, їх геообробки.

В ході проведеного нами просторового аналізу дестинації було з'ясовано, що пам'ятки культури загально-державного значення розміщені по території Чернігівської області досить нерівномірно (рис. 2). Ми зробили їхню просторову інтерполяцію, результати якої відобразили на, так званій, статистичній поверхні. Створені при цьому теплові карти (теплокарти або heatmaps), які є гарним способом візуалізації, допомагають проаналізувати розподіл статистичних даних, показати області підвищеної щільності об'єктів чи явищ, кластери їхньої активності. Теплові карти можуть бути гарним інструментом візуалізації для скупчень точкових даних, якими є туристичні об'єкти [14]. Приклад теплової карти Чернігівської області показано на рис. 2.



Рис. 1. Інноваційний підхід в методиці оцінювання туристичної привабливості території

Пам'ятки культури загально-державного значення
Чернігівської області

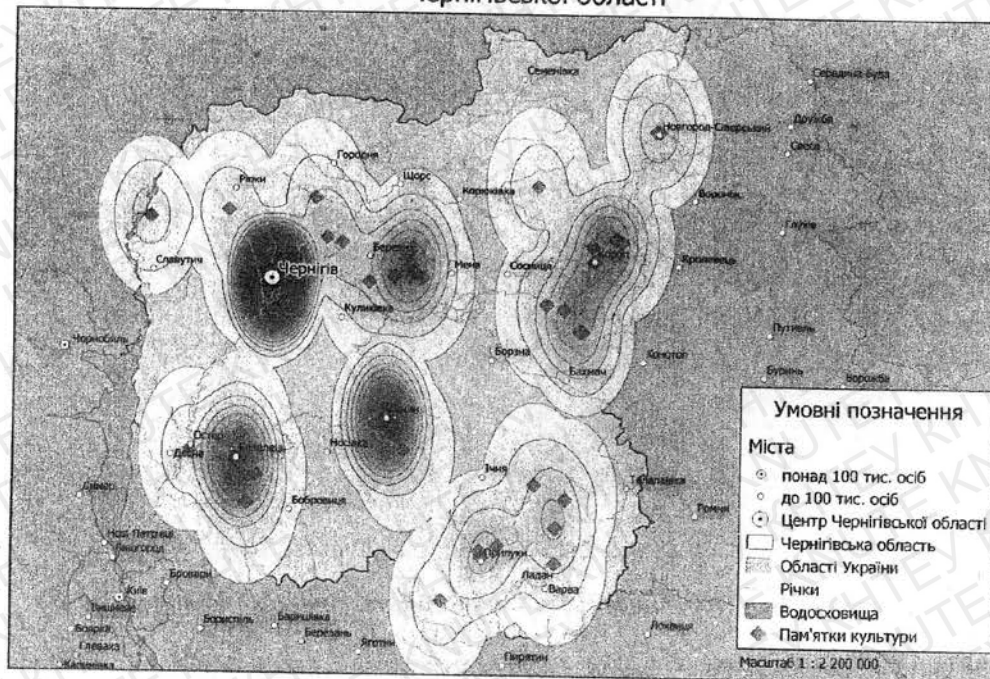


Рис. 2. Карта пам'яток культури загально-державного значення Чернігівської області, створена у програмі QGIS

Теплова карта гарно ілюструє регіони найбільшого скупчення пам'яток і допомагає виявити «депресивні» регіони щодо розміщення пам'яток культури. Розвиток туристичної інфраструктури в цих регіонах не буде надто ефективним, тому що відсутність туристичних локацій не буде приваблювати туристів до відвідування цієї території.

В умовах розвитку нових інформаційних технологій розміщення підприємств туристичного комплексу необхідно розглядати як сукупність їх розташування в просторово-часовому та інформаційно-комунікативному просторі з метою отримання ними кращого економічного результату і підвищення ефективності їх діяльності [1]. Ефективність діяльності підприємств туристичного комплексу багато в чому залежить від їх розташування. Очевидно, що за інших рівних умов доступніший у транспортному відношенні колективний засіб розташування має більш високий потенціал завантаження, ніж віддалений від транспортної інфраструктури; підприємства громадського харчування, які мають місце поблизу туристичних потоків, є привабливішими для туристів; підприємство торгівлі, розташоване в місцях скупчення туристів, має більше шансів підвищити виручку, ніж аналогічне йому, але розташоване у віддаленому місці [5]. Отже важливо аналізувати місцезнаходження туристичної інфраструктури.

Після нанесення на карту засобів розміщення туристів (готелі, мотелі, хостели, туристичні комплекси, гостьові будинки тощо) (рис. 3) ми можемо прослідкувати кореляцію між ними та пам'ятками культури (рис. 4). Це дає можливість виявити території, де додаткове розміщення об'єктів туристичної інфраструктури в межах даної дестинації буде найбільш виправданим.

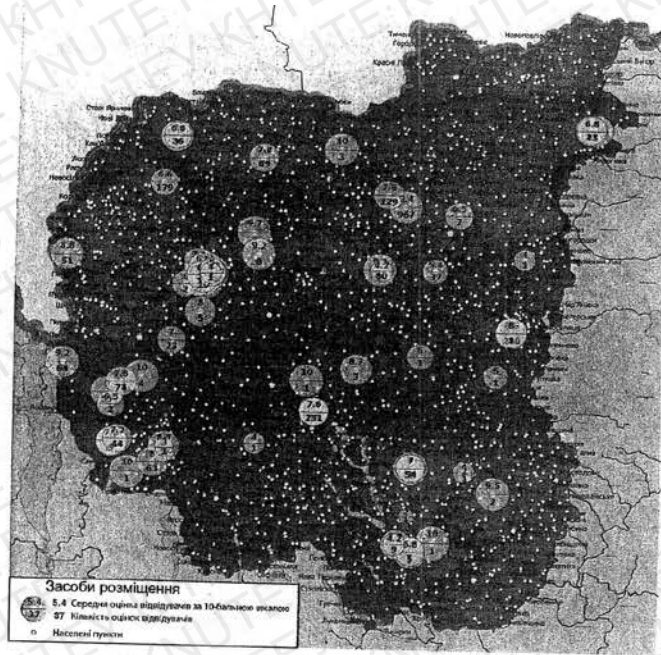


Рис. 3. Карта засобів розміщення Чернігівської області з оцінкою відвідуваності

Інноваційні шляхи використання GIS-технологій для розроблення національного туристичного продукту на прикладі Чернігівської області можуть бути цікавими та корисними для дуже широкого кола стейкхолдерів, таких як: споживачі та виробники туристичного продукту, посередники та партнери, а також органи влади, бізнес структури, місцеве населення тощо. Причому зацікавленими можуть бути як стейкхолдери на регіональному, так і національному рівні.

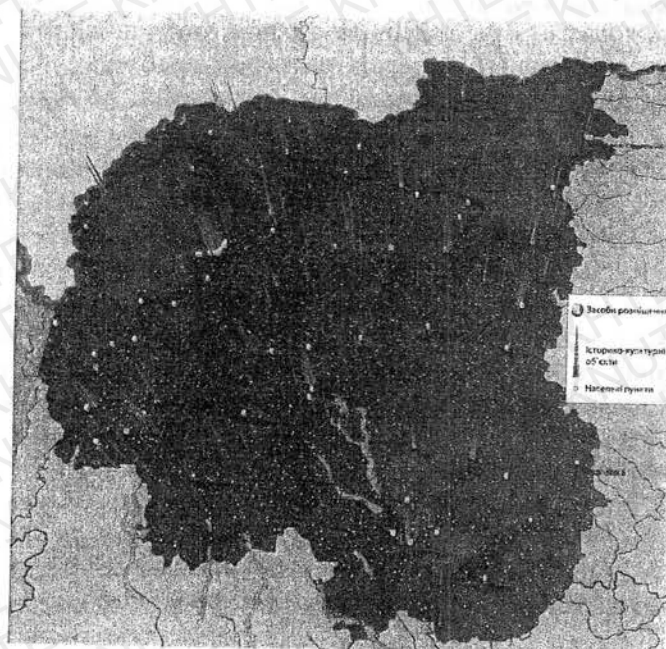


Рис. 4. 3D карта кореляції пам'яток культури та засобів розміщення туристів у Чернігівській області

На рис. 5. покажемо схему практичного використання GIS-технологій як один з можливих варіантів її застосування на практиці. Дана схема буде найбільш придатна для туроператорів та турагентів, які розробляють та просувають тури, тому що вони потребують достовірної та зручної для оброблення й аналізу інформації, яка стосується туризму. Також це може зацікавити керівників органів влади на будь-якому рівні, бо для планування розвитку території і правильного розподілу фінансів їм потрібна актуальна і достовірна туристична інформація з можливістю її аналізу для розрахунків, ведення статистики та прогнозування.



Рис. 5. Можливості використання GIS-технологій стейкхолдерами туристичного продукту на практиці

Найчисельнішою категорією стейкхолдерів туристичного продукту з використання GIS-технологій є самі туристи. Вони планують подорожувати чи вже подорожують територією певної дестинації та цікавляться, де містяться найпривабливіші у туристичному відношенні об'єкти, як відвідати більше найцікавіших пам'яток в межах конкретного туру чи подорожі. Але сьогодні вони здебільшого користуються сервісами, що містять довідкову картографічну інформацію, мають спрощений інтерфейс, але містять реальні відгуки (найпоширеніші це Google Maps, Яндекс.Карти тощо).

Висновки. Отже, в цілому Чернігівська область на сьогоднішній день поки не є достатньо популярною серед туристів, однак має значний потенціал для розвитку туризму, тому є дуже цікавою для дослідження.

Результати даного дослідження дають теоретичне підґрунтя для розвитку туризму в Україні на якісно новому рівні за рахунок використання GIS-технологій при розробленні національного туристичного продукту, які розкриті в процесі дослідження. Створення бази туристичних даних та карт туристичних об'єктів, аналіз туристичної привабливості дестинації є дуже корисними для подальшого просування національного туристичного продукту.

Використання новітніх інноваційних технологій в поєднанні з картографічним методом дослідження допомагають у проведенні маркетингових досліджень, дозволяють приймати рішення щодо подальшого розвитку туризму в дестинації.

Функціональність та потужність GIS-продуктів постійно збільшується, а відтак збільшується кількість їх користувачів серед споживачів та розробників туристичних послуг. Застосування сучасних геоінформаційних технологій є і буде залишатися перспективним для

туризму з огляду на те, що GIS-аналіз території дозволяє виявляти тенденції поширення явищ, аномалії у їхньому розподілі, а також є передумовою для прогнозування.

Однак, незважаючи на збільшення кількості сучасних інтерактивних туристичних карт та геопорталів з ними, як основний засіб підтримки рішень GIS залишаються надбанням невеликої кількості технічно підготовлених інтелектуальних користувачів.

Список використаних джерел

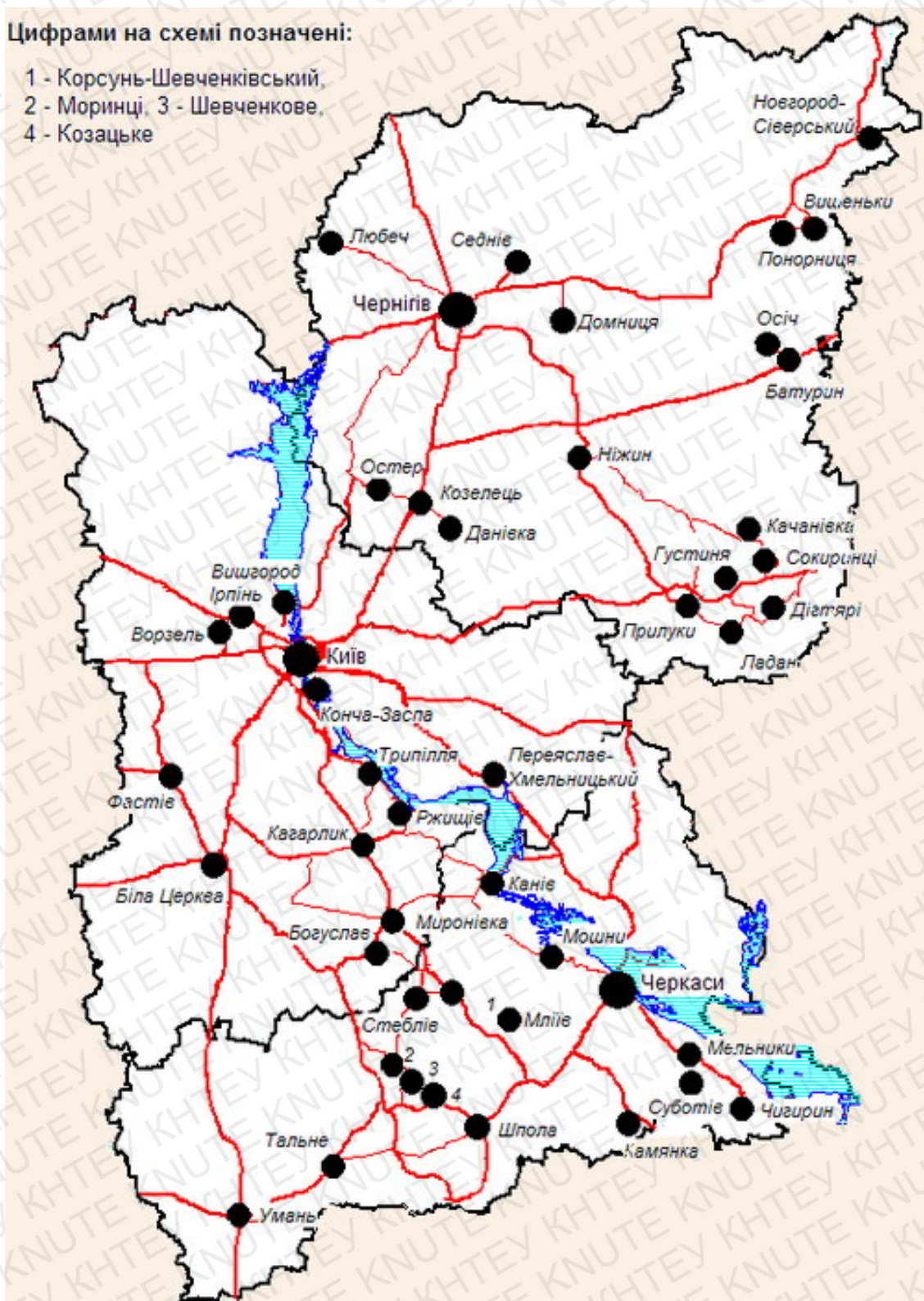
1. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / С.В. Мельниченко. – К.: Київський національний торговельно-економічний ун-т, 2008. – 493 с.
2. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія / Г.І. Михайліченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с.
3. Купач Т.Г. Інформаційні технології та системи в туризмі: навч. посіб. / Т.Г. Купач. – К.: Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2015. – 97 с.
4. Леонтьєва Ю.Ю. Оцінка ресурсів категорії «атракція» регіональних дестинацій України // Економіка і регіон. – 2009. – №3 (22). – С. 20-25.
5. Шаповал В.М. Розробка актуальних економічних стратегій підприємств туристичної галузі України / В.М. Шаповал, Т.В. Герасименко, М.В. Шпак // Приазовський економічний вісник. – 2017. – Вип.2(02). URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/2_02_uk/18.pdf.
6. Шаповал В.М. Формування та розвиток конкуренції у туристичній індустрії України / В.М. Шаповал, Т.В. Герасименко, М.В. Шпак // Економічний вісник НГУ. – 2017. – №2(57). – С. 81-88.
7. Кальна-Дубінюк Т.П., Пугач Н.А. Застосування сучасних інформаційних технологій у розвитку сільського зеленого туризму в Україні / Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2011. – Вип.163. – Частина 1. URL: <http://infotour.in.ua/agrotur.Htm>.
8. Лутай А.П. Інформаційні технології у туристичній галузі / Збірник матеріалів наук.-практ. конф. ДонНУЕТ. – Донецьк, 2012. – С. 241-247.
9. Мельник А.В. Впровадження та вдосконалення геоінформаційних технологій у туристичній діяльності / Науковий вісник УжНУ. – 2009. – Серія «Економіка». – Випуск 28. – С. 43-44.
10. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в управлінні суб'єктами туристичної діяльності / Вісник КНТЕУ. – Київ, 2010. – С. 131-143.
11. Готинян В.С. Туристичні геоінформаційні веб-сайти / В.С. Готинян, О.В. Томченко, А.В. Семененко // Географія та туризм. – 2010. – Вип. 8. – С. 137-140.
12. Пасічник В.В. Геоінформаційні технології, зорієнтовані на потреби різних груп туристів / В.В. Пасічник, О.І. Артеменко, І.В. Попик // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі. – 2015. – № 832. – С. 216-224. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPICM_2015_832_17.
13. Кулик В.Б. Концептуальне моделювання бази геопросторових даних туристично-рекреаційної сфери // Геопростір 2017: 36. тез доп. III Міжн. наук.-техн. конф. – К.: КНУБА, 2017. – С. 40-43.
14. Kulyk V.B., Sossa R.I. Determining the tourist attractive regions by GIS analysis using heatmaps // Geodesy and Cartography: journal. – 2018. – 44(1). – P. 22-27. (англ.) – ISSN 2029-6991 / eISSN 2029-7009. URL: <https://journals.vgtu.lt/index.php/GAC/article/view/882>
15. Закон України «Про туризм» (пот.пед. від 13.08.2020) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
16. Департамент екології та природних ресурсів Чернігівської обласної державної адміністрації. URL: https://www.cult.gov.ua/news/pro_rozvitok_turistichnoji_galuzi_chernigivskoji_oblasti/2017-11-28-8367.
17. Чернігівщина туристична. URL: <https://chernihivregion.travel/>.

Робота виконана під науковим керівництвом канд. пед. наук, доцента КЛІМОВОЇ А. М.

Картоschema Столичного рекреаційно-туристичного району [5]

Цифрами на схемі позначені:

- 1 - Корсунь-Шевченківський,
- 2 - Моринці, 3 - Шевченкове,
- 4 - Козацьке



Карта визначних пам'яток Чернігівської області [22]



ведмеді". Особлива увага приділяється тваринам, що занесені до Міжнародної Червоної книги—фламінго, вінценосним журавлям, чорному лелеці, уссурийському тигрові. У зоопарку близько 560 тварин, представників 120 видів Б-3



Пам'ятник українському гетьману Івану Мазепі в Чернігові

Пам'ятник—три чавунні гармати, які нібито подарував російський імператор Петро I на відзнаку героїзму жителів міста у боротьбі зі шведами, 1709 р.

Меморіал пам'яті Героїв Крут, 16 (29) січня 1918 р.—символ патріотизму молоді у боротьбі за незалежну Україну

Меморіальний комплекс присвячений повстанню декабристів. З 1859 р. у селі Вороньки мешкали Сергій Волконський з дружиною та з 1873 р. їхній друг—декабрист Олександр Поджо



