



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Міністерство освіти і науки України

Національний університет водного господарства та
природокористування

Рівненський відділ Українського географічного товариства



ТУРИЗМ: НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції з нагоди
5-ої річниці створення кафедри туризму та готельно-ресторанної
справи у Національному університеті водного господарства та
природокористування



**Друкується за ухвалою Вченої ради
Національного університету водного господарства та
природокористування (протокол № 2 від 23.02.2018 року)**

Редакційна колегія:

Головний редактор:

Мошинський В. С., д.с.-г.н., проф. (Україна, м. Рівне, НУВГП);

Співголови редакційної колегії:

Савіна Н. Б., д.е.н., проф. (Україна, м. Рівне, НУВГП);

Клименко М.О. д.с.-г.н., проф. (Україна, м. Рівне, НУВГП);

Заступник головного редактора:

Коротун С.І., к.г.н., доцент (Україна, м. Рівне, НУВГП).

Редакційна колегія:

Богдасаров М.А., д.г-м.н., проф. (Білорусь, м. Брест, БДУ);

Боковець В.В., д.е.н., проф. (Україна, м. Вінниця ВНТЕІ КНТЕУ);

Шарвашідзе Г., д.пед.н., проф. (Грузія, м. Тбілісі, ТДУ);

Ільїн Л.В., д.г.н., проф. (Україна, м. Луцьк, СЕНУ);

Кірвель І.Й., д.г.н., проф. (Польща, м. Слупськ, Академія Поморська);

Красовський К.К., д.г.н., проф. (Білорусь, м. Брест, БДУ);

Лико Д.В., д.с.-г.н., проф., (Україна, м. Рівне, РДГУ);

Ліптуга І.Л., радник першого Віце-прем'єр-міністра України, президент Національної туристської організації (Україна, м. Київ);

Любіцева О.О., д.г.н., проф. (Україна, м. Київ, КНУ);

Мальська М.П., д.е.н., проф. (Україна, м. Львів, ЛНУ);

Мальчик М.В., д.е.н., проф. (Україна, м. Рівне, НУВГП);

Мераб Халваші, к.і.н., доцент. (Грузія, м. Батумі, БДУ);

Олексін Ю.П., д.пед.н., проф. (Україна, м. Рівне, НУВГП);

Романів А.С., к.г.н., доцент (Україна, м. Рівне, НУВГП);

Руденко Л.Г., д.г.н., проф., директор Інституту географії НАНУ (Україна, м.Київ);

Сущенко О.А., д.е.н., проф. (Україна, м. Харків, ХНЕУ);

Теребух А.А., д.е.н., проф. (Україна, м. Львів, НУ «ЛП»)

Ткаченко Т.І., д.е.н., проф. (Україна, м. Київ, КНТЕУ);

Шоев Нуралі Наботович, д.пед.н., к.т.н. (Таджикистан, м. Дангарін, ДДУ);

Ячевич І., д.н., проф. АП (Польща, м. Слупськ, Академія Поморська).

Рецензенти:

Калько А.Д., д.г.н., проф. (Україна, м. Рівне, МEGY);

Кожушко Л.Ф., д.т.н., проф. (Україна, м. Рівне, НУВГП);

Тарасюк Г.М., д.е.н., проф. (Україна, м. Житомир, ЖДТУ).

Туризм: наука, освіта, практика. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції з нагоди 5-ої річниці створення кафедри туризму та готельно-ресторанної справи у Національному університеті водного господарства та природокористування (м. Рівне, 15-17 березня 2018 р.) / Редкол.: проф. В. С. Мошинський (голов. ред.) та ін. – Рівне: видавець О. Зень, 2018. – 352 с.

ISBN 978-617-601-242-9

Автори опублікованих матеріалів відповідають за точність наведених фактів, цитат, власних імені, статистичних матеріалів та інших відомостей.

© Колектив авторів, 2018

© Національний університет водного господарства
та природокористування, 2018

ISBN 978-617-601-242-9



Д.Г. Новичук, В.Н. Зуев
Барановичский государственный университет

ВОЗМОЖНОСТИ ОЦЕНКИ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОБЪЕКТА ЧЕРЕЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ГЕОТЕГИНГА

В статье рассматриваются возможности применения метода геотегирования в туризме, в частности, для оценки туристской привлекательности объектов. Авторами проведена оценка привлекательности двух туристских объектов на основании анализа тэгов фотографий в Инстаграме.

Ключевые слова: геотегинг, туризм, оценка туристской привлекательности, Инстаграм

In article the possibilities of application of a method of geotagging in tourism, in particular, for assessment of tourist attractiveness of objects are considered. Authors have carried out assessment of attractiveness of two tourist objects on the basis of the analysis of tags of photos in Instagram.

Keywords: geotagging, tourism, assessment of tourist attractiveness, Instagram

Для оценки туристской привлекательности объектов и поселений существуют разнообразные методы, одним из них является метод геотегирования. Геотегинг — это процесс присоединения географических данных к различным информационным объектам. В интернете геотегинг уже давно стал одним из популярных сервисов. Он помогает в поисках привязанной к определенной местности информации, расширяет узнаваемость, повышает привлекательность объекта, увеличивает количество туристов и помогает узнать о местонахождении других туристов. Сегодня о функции добавления геолокаций знают большинство пользователей популярных социальных сетей. Кто-то никогда не использует возможность отметить себя в интересном месте, заведении, городе или стране, а кто-то не упускает возможность продемонстрировать онлайн буквально каждое свое передвижение.

Геотегинг является одной из новейших технологий в области интеллектуального туризма, считается очень полезной для путешественников в улучшении опыта посещения. Геотегирование позволяет упростить процедуру сортировки сделанных Вами фотографий, так как при использовании соответствующего



программного обеспечения позволяет расположить снимки по местам их происхождения, а также просмотреть интересные фото с определенных стран, городов, улиц и достопримечательностей. Особенно геотегирирование фотографий будет полезно во время путешествия, когда за день Вы побываете во многих интересных местах и затем получите возможность оценить Ваше путешествие как по карте, так и по соответствующим местности фотографиям.

Все больше и больше сайтов для обмена фотографиями позволяют своим пользователям дополнять свои снимки геотегами, т. е. тегами с географической значимостью. Эти геотеги обычно являются географическими координатами. Геотегинг стал популярной функцией на платформах социальной сети, такой как Instagram.

Instagram — бесплатное приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей [1]. Одно из преимуществ Instagram — это огромный охват аудитории по всему миру. Когда Вы размещаете на аккаунте бренда видео или фотографию, их потенциально могут видеть люди из различных городов мира. Но эффективными будут только те показы, которые территориально соответствуют вашему бренду, вот тогда Instagram геотег вступают в игру. Instagram позволяет отслеживать конкретное местоположение, вплоть до широты и долготы. Геолокация собираются из физического местоположения вашего мобильного устройства, что позволяет пользователям отмечать публикации в этих координатах.

Пользователи могут вручную добавлять геотеги к изображениям при загрузке их на сайты обмена фотографиями. Обычно с этим процессом помогает интерактивная карта: нужно просто указать место на карте. В качестве альтернативы можно ввести адрес, который может быть геокодирован. Извлечение статистических данных из геотегирированных фотографий, загруженных на различные социальные сети обмена изображениями, имеет свои пределы. Ясно, что не каждый пользователь может отображаться таким образом, и еще более сложно делать выводы любого рода, связанные с местными жителями, которые загружают фотографии своего родного города. Первая задача состоит в том, чтобы отделить фотографии туристов от фотографий местных жителей, а вторая задача — найти вопросы, на которых статистические данные, полученные на туристических фотографиях, могут дать ответные ответы.



Важно знать, могут ли цифры и распределение различных социальных групп туристов, загружающих геотегированные изображения, считаться статистически релевантными. Как обсуждалось ранее, фотографирование сильно связано с туристическим опытом. Исследования по теме показывают, что большинство туристов фотографируются во время своих поездок. Исследование показало, что 89% путешественников фотографируются во время поездки. Из этой группы 41,4% публикуют эти фотографии в Интернете. Только некоторые геотегированные изображения имеют автоматические данные позиционирования, многие из них размещены вручную [2].

Мы апробировали данную технологию в приложении для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети «Instagram», в котором функция геотегирования, в сравнении с подобными приложениями, используется наиболее часто.

Первым туристическим объектом для оценки привлекательности с помощью технологии геотегирования было выбрано Государственное учреждение «Мемориальный комплекс «Брестская крепость — герой» в г. Бресте Республики Беларусь. В едином архитектурно-художественном ансамбле мемориала, увековечившем «легендарную былль о героях Брестской крепости», представлены руины старой крепости, места боёв, монументальные скульптурные композиции. Сегодня «Брестская крепость-герой» — крупнейший на постсоветском пространстве памятник мужеству советского народа в годы Великой Отечественной войны. По данным учреждения, в 2017 году «Брестскую крепость-герой» посетило 416 тыс. туристов.

Вторым объектом исследования стало Государственное природоохранное учреждение «Национальный парк «Беловежская пуца» в Каменецком районе Брестской области Республики Беларусь. Беловежская пуца представляет собой один из крупнейших лесных массивов равниной Европы, сохранившийся до наших дней в относительно ненарушенном состоянии. В 2017 году Беловежскую пуцу посетило 430 тыс. туристов.

В приложении «Instagram» в течении 2017 года было опубликовано 16 056 фотографий с геотегом «Мемориальный комплекс «Брестская крепость — герой». Зная количество туристов, посетивших мемориал в 2017 году, а их — 416 тысяч, определим долю пользователей приложения, использующих геотеги на территории исследуемого объекта. Таким образом, в 2017 году 3,8% публикаций имели привязку к географическим координатам посредством технологии геотегирования.



В течение 2017 года пользователи приложения «Instagram» опубликовали 18 612 фотографий, привязанных к территории Государственного природоохранного учреждения «Национальный парк «Беловежская пуца». Сопоставив количество туристов, посетивших объект исследования и число опубликованных фотографий был определен процент туристов, отметивших свое местоположение с помощью технологии геотегирирования в «Беловежской пуце», который составил 4,3%.

Таким образом, процент использования технологии геотегирирования находится в прямой зависимости от количества посетителей туристического объекта. Следовательно, более широкое распространение исследуемой технологии позволит использовать получаемые данные с целью репрезентативной оценки привлекательности туристических объектов.

Обобщая представленную выше информацию, можно сделать вывод, что технология геотегирирования в настоящее время недостаточно распространена, однако за последние несколько лет она стремительно набирает популярность. Отдельно отметим, что целевой аудиторией социальных сетей, и, соответственно, основными пользователями исследуемой функции является городское население в возрасте 15-30 лет. Учитывая высокую мобильность данного сегмента, а также стремление старшего поколения идти в ногу со временем, можно предположить, что технологию геотегирирования в ближайшем будущем ждет стремительное развитие.

Список использованных источников: 1. Чернавина, Л.В. Инстаграм как форма автобиографической памяти / Л.В.Чернавина. // Молодежный вестник СПбГИК. — 2016. — №1. — С.10-13. 2. Вицентий, А.В. Адаптивная визуализация геоданных в социальных медиа / А.В.Вицентий. // Наукoвeдeниe: интeрнeт-журнал. — 2016. — №4. — Т.8. — Режим доступа: <http://naukovedenia.ru/PDF/57TVN416.pdf>