

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

Розробка інтерактивної карти туристичної інфраструктури дестинації
великого міста (на прикладі Луцька)

галузь знань: 24 Сфера обслуговування
за спеціальністю: 242 Туризм і рекреація
за освітньо-науковою програмою «Туризм»
на здобуття освітнього ступеню: Магістра

Кваліфікаційна робота магістра
Здобувача денної форми навчання
Янушака Віталія Андрійовича

Науковий керівник:
к. геогр. н, доцент Шпарага Т.І.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ ІНТЕРАКТИВНОЇ КАРТИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ДЕСТИНАЦІЇ ВЕЛИКОГО МІСТА	5
1.1 Сутність туристичної інфраструктури, її значення у розвитку туризму.....	5
1.2 Дестинація великого міста та її атрактивність	9
1.3 Поняття про цифровий туризм та інтерактивні карти як інструмент сучасної туристичної діяльності.....	18
1.4 Методика дослідження туристичної інфраструктури дестинації великого міста з метою розробки інтерактивної карти.....	27
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА ЛУЦЬКА	31
2.1 Заклади розміщення	31
2.2 Підприємства ресторанного господарства.....	39
2.3 Індустрія дозвілля	46
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ІНТЕРАКТИВНОЇ КАРТИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА ЛУЦЬКА.....	57
3.1 Туристична привабливість міста	57
3.2 Досвід створення інтерактивних карт дестинацій України	66
3.3 Етапи розробки інтерактивної карти туристичної інфраструктури дестинації Луцька.....	71
ВИСНОВКИ	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	80
ДОДАТКИ	90

ВСТУП

Розвиток сучасних цифрових технологій впливає на всі галузі нашого повсякденного життя. У сьогоденній умові розвитку туристичної галузі впровадження новітніх технологій відіграє важливу роль в подальших процесах формування, просування та споживання туристичних продуктів. Активне використання інформаційних технологій змінює застарілі підходи до організації туристичної діяльності, способи отримання інформації туристами та методи подання туристичних ресурсів. Одним з корисних цифрових інструментів для туриста є інтерактивна карта, яка поєднує в собі навігаційну, інформаційну та комунікаційну функції.

Актуальність даної теми магістерської роботи постає з розвитком цифровізації туристичних дестинацій, їхньою конкуренцією у підвищенні якості туристичного обслуговування, та потребою надання туристичної інформації у нових формах. Туристи все більше і більше надають перевагу новим інформаційним продуктам, які дають змогу самостійно планувати подорож, отримувати достовірну інформацію про туристичні атракції, а також зручно орієнтуватись у міському просторі. Отож, у зв'язку з цим розробка інтерактивної карти туристичних дестинацій є актуальним науково-практичним завданням.

Місто Луцьк хоч і є одним з найменших обласних центрів України, але має значний туристичний потенціал, представлений архітектурними пам'ятками, історико-культурною спадщиною, музеями, рекреаційними ресурсами та подієвими заходами.

Поняття туристичної інфраструктури досліджували: К. Бриль, О. Роїна, І. Школа, А. Гайдук, О. Графська, Ю. Головчук, О. Четрибук, Л. Черчик, Д. Люта, Н. Чорненька, О. Любіцева. Поняття туристичної дестинації досліджували: О. Заїка, Л. Юрчишина, Т. Ткаченко, І. Запихляк, Ю. Миронов, І. Смачило, І. Макарчук, І. Мазур, М. Шаповал. Розвиток цифрового туризму досліджували: С. Калініченко, А. Грібник, А. Аврята, О. Лейберюк, І. Тищук, М. Шевелюк. Туристичну інфраструктуру Луцька досліджували: Єрко І., Новосад О., Барський

Ю., Гринасюк, А., Громко, Л., Мельник, Н., Тищук І., Поліщук Л., та Надольська В.

Об'єктом дослідження є туристична інфраструктура міста Луцька.

Предметом дослідження є розробка інтерактивної карти туристичної дестинації міста Луцька.

Метою магістерської роботи є аналіз туристичної інфраструктури Луцька та розробка її інтерактивної карти туристичної для дестинації міста Луцьк.

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі завдання:

- дослідити сутність поняття туристичної інфраструктури, встановити її значення для розвитку туризму;
- розглянути теоретичні основи формування туристичних дестинацій, у т. ч. великих міст;
- вивчити процеси впровадження цифрових технологій в туризмі та створення інтерактивних карт;
- дослідити туристичну інфраструктуру Луцька;
- проаналізувати туристичну привабливість та кількість туристичних прибуттів до міста;
- розглянути приклади створення інтерактивних карт для інших дестинацій України;
- розробити інтерактивну карту туристичної інфраструктури дестинації міста Луцька.

У роботі застосовуються такі методи дослідження: літературний, контент аналізу, наукової систематизації, аналізу та синтезу інформації, метод класифікації, ранжування, картографічний, статистичний, порівняльний, історичний метод, фінансово-економічний аналіз, метод геоінформаційного моделювання, метод структурування даних, лінгвістичний метод

Структура роботи: Робота складається із вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Вона викладена на 88 сторінок машинописного тексту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ ІНТЕРАКТИВНОЇ КАРТИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ДЕСТИНАЦІЇ ВЕЛИКОГО МІСТА

1.1 Сутність туристичної інфраструктури, її значення у розвитку туризму

Термін «інфраструктура» – словосполучення, яке має латинське коріння, що складається з термінів «infra» (під) та «structura» (будова, розташування), – пройшов тривалий шлях розвитку. На початку ХХ ст. під інфраструктурою розуміли споруди, які забезпечували дії збройних сил, – склади, військові бази, полігони та ін. Згодом, у 40-х роках поняття «інфраструктура» почали використовувати для групи галузей, котрі забезпечували функціонування промислового та сільськогосподарського виробництва. Починаючи з 1950-х років широко під інфраструктурою стали розуміти сукупність галузей і видів діяльності, які обслуговують і виробничу, і невиробничу сфери економіки [48].

Сьогодні туристична сфера зазнає стрімкого розвитку, що проявляється не тільки у збільшенні кількості туристів, а й в покращенні відповідної туристичної інфраструктури. Розвиток будь-якої туристичної дестинації неможливий без матеріально-технічної бази. Вона забезпечує фізичний доступ до туристичних ресурсів та створює комфортні умови для перебування туристів на території дестинації.

Попри велику кількість наукових робіт про туристичну інфраструктуру, наразі немає загальноприйнятого для науковців її поняття. Наукові визначення визначаються різноманітністю варіантів та позицій щодо визначення та трактування поняття.

Відповідно до Закону України «Про внесення змін і доповнень до Закону України «Про туризм» туристична інфраструктура визначається, як комплекс певних суб'єктів туристичного бізнесу (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які приймають, обслуговують та перевезення туристів [84, с. 234].

Енциклопедичний словник з туризму подає наступне поняття туристичної інфраструктури – «це сукупність додаткових галузей і закладів, котрі організовують та обслуговують індустрію туризму та туристську діяльність в цілому» [37, с. 132].

Більш детальним є визначення туристичної інфраструктури І. Школою. Туристична інфраструктура – це комплекс спеціально обладнаних установ для рекреаційної діяльності (санаторії, профілакторії, бази відпочинку, готелі, мотелі, хостели, садиби, заклади ресторанного обслуговування, торгово-розважальні центри тощо) разом з допоміжними спорудами, які були впроваджені як громадське майно завдяки бюджетному фінансуванню (автомобільні та залізничні сполучення, пункти пропуску, аеропорти, лікарні, школи тощо) [60, с. 154].

На думку А. Гайдук, туристичну інфраструктуру можна аналізувати у вигляді трьох складових: інституційної, інформаційної, регламентуючої [24].

Інституційну складову становлять загальні інституції (транспорт, готелі, банки, страхові компанії, митниця, інвестиційні фонди тощо) і спеціалізовані інституції (туристичні фірми, рекламні підприємства, спеціалізовані страхові компанії, служби маркетингу тощо). Інформаційна складова містить такі елементи як: розповсюдження інформації (Інтернет, засоби масової інформації); інформаційний та рекламний бізнес; інформаційно-туристичний ресурс (необхідність створення образу романтичної подорожі, який би приваблював туристів, стимулював туристичну активність і ефективне використання туристичного потенціалу регіону). Регламентуюча складова туристичної інфраструктури містить в собі нормативно-правові акти, що регулюють відносини в цій сфері життєдіяльності суспільства [24].

Сучасна туристична інфраструктура стосується практично усіх сфер туристичної діяльності та охоплює: суб'єкти туристичної діяльності – суб'єкти господарювання, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством тієї чи іншої країни порядку, і мають ліцензію або дозвіл на здійснення діяльності, пов'язаної із наданням туристичних послуг та внесені до Державного реєстру

суб'єктів туристичної діяльності; індустрію гостинності – сукупність підприємств харчування, розміщення, транспорту, торгівлі, закладів культури, освіти, спорту тощо, які забезпечують надання послуг, виробництво та реалізацію товарів для задоволення потреб туристів у місці тимчасового перебування (дестинації); туристичні послуги – послуги щодо розміщення, харчування, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів; туристичний продукт – попередньо розроблена програма комплексного обслуговування туристів, яка поєднує сукупність послуг, що реалізуються або пропонуються до реалізації за єдиною ціною [83].

Волинські дослідники надають наступне значення туристичної інфраструктури. Такі науковці як, Л. Черчик, О. Міщенко та І. Єрко у спільній монографії значна увага приділяється матеріально-технічній базі та інфраструктурним компонентам туристично-рекреаційної галузі. До складу матеріально-технічної бази входять санаторії, пансіонати, туристичні бази, оздоровчі табори, туристично-екскурсійні центри, установи організації та управління туристично-рекреаційною діяльністю регіону та ін. Залежно від функціонального призначення туристична інфраструктура поділяється на виробничу складову (транспорт, зв'язок, будівельна сфера, водо- та енергопостачання) та соціальну складову (готелі, мотелі, кемпінги, приватні будинки, транспортні організації, що надають послуги перевезення, інформаційні центри, підприємства з виробництва і продажу товарів туристичного попиту, підприємства торгівлі, громадського харчування, побутового обслуговування, культурно-розважальні та медичні установи) [50].

О. Любіцева у своїй праці надає наступні складові туристичної інфраструктури: підприємства розміщення, харчування, транспорту, екскурсійного обслуговування та проведення дозвілля тощо [69].

Основними елементами туристичної інфраструктури є заклади розміщення, заклади харчування, елементи транспортної інфраструктури. До супутньої інфраструктури належать заклади культури, розважальні заклади,

спортивні заклади, заклади охорони здоров'я, в межах яких надаються додаткові послуги туристу. Як і кожна система, туристична інфраструктура має також свою внутрішню структуру, що потребує постійного розвитку та модернізації [83].

Важливим індикатором успішності туристичної індустрії є показник кількості місць у закладах розміщення, так як саме він показує реальні можливості пропускної здатності дестинації. На сьогодні інфраструктура розміщення являє собою широку мережу об'єктів (готелі, хостели, апартаменти, гуртожитки, туристичні бази, садиби та інші).

Поруч із розміщенням вагомим фактором якісного туристичного продукту є сфера підприємств ресторанного господарства, що також представлені широкою мережею закладів: від ресторанів та кафе до барів та закусочних. Важливим елементом готельної індустрії є забезпечення гостей сніданками. Тож більшість готельних установ надають таку послугу, яка є зазвичай включеною або ж за окрему плату.

Базовий блок галузей розвитку туризму в будь-якій країні разом з туристичною інфраструктурою складають індустрії розваг, дозвілля, охорони здоров'я і спорту. Провідна роль належить індустрії розваг та індустрії дозвілля. Відмінності між цими двома групами галузей невеликі. Зазвичай до індустрії дозвілля відносять ті підприємства, установи і споруди, послуги яких мають деякі елементи пізнавального характеру [78].

Індустрія розваг має досить складну галузеву структуру. До неї відносяться численні підприємства роздрібної торгівлі, починаючи від дрібних до великих торгівельних центрів, бутиків, сувенірних крамниць тощо. Відвідини магазинів – улюблене проведення часу більшості туристів, навіть просте розглядання вітрин, а тим більше купівля сувенірів можуть стати для них розвагою. Для прихильників азартних і спортивних ігор та розваг створюється безліч атракціонів, спортивних розважальних комплексів і гральних закладів [78].

Особливе місце займають стадіони та іподроми. Великою популярністю серед туристів, насамперед серед молоді, користуються дискотеки, спортивні, молодіжні і нічні клуби. Навіть вулиці нічного міста можуть представляти

інтерес. Тим більше, що в великих туристичних центрах на таких вулицях вночі «кипить життя». Унікальні розважальні можливості надають різного роду тематичні парки і парки розваг з набором відповідних послуг. Найбільшою популярністю користуються аквапарки, парки жахів і космічні парки. Сьогодні набули популярності мультимедійні зали, кафе-театри, вуличні театри та інші атракції на відкритому повітрі. Вони доповнюють панораму виставкових і кіноконцертних комплексів, мюзик-холів і кіностудій, що успішно співпрацюють з туристичними фірмами [64].

Для любителів спокійного відпочинку є мережа ландшафтних і історичних парків, ботанічних садів. Любителям тваринного світу пропонують свої послуги різні зоопарки, акваріуми, тераріуми, дельфінарії. Різноманітний спектр послуг надають туристам природно-рекреаційні парки. Сюди відносяться національні парки і заповідники. Характеристика природно-рекреаційних парків включає два аспекти: характеристику природних умов парку і можливостей його туристичного використання. Це не тільки перелік послуг, що надаються адміністрацією парку, але і короткий опис туристичних маршрутів і діючих програм. Більшість установ природно-рекреаційної сфери в різних країнах пропонують на туристичному рівні безліч різноманітних цікавих програм, починаючи з простого відпочинку на природі і піших прогулянок до спостереження за конкретними тваринами [79].

Отже, підсумовуючи вищесказане, можна сказати, що туристична інфраструктура – це складний, багатогранний комплекс, який є матеріально-технічним фундаментом для розвитку будь-якої дестинації. Туристична інфраструктура охоплює широкий спектр послуг, важливих для задоволення потреб туристів і подальшого їх збільшення. Умовою для подальшого розвитку та трансформації туристичного потенціалу в конкурентоспроможний продукт є розбудова та розвиток якісної туристичної інфраструктури.

1.2 Дестинація великого міста та її атрактивність

Еволюція дефініції «туристична дестинація» передбачала шлях від спрощеного розуміння її як простої географічної локації до її трактування як гетерогенного цілісного комплексу, що інтегрує не лише власне фізичний простір, але й інфраструктуру, управління, сприйняття туриста, соціально-економічні та екологічні детермінанти та ін.

Етимологічний аналіз підтверджує багатогранність терміна. Це слово – англійського походження; пошукова система Reverso Context перекладає англійське «destination» як «пункт призначення», «напрямок» [16]; воно, у свою чергу, корелює з латинським «destino» – «призначення, місцезнаходження» [73, с. 100].

Уперше ж словосполучення «туристична дестинація» як елемент наукової термінології в обіг увів американський учений Ніл Лейпер у 1979 році на позначення конкретної території, яка становить певну привабливість для туристів [13]. У 2004 науковець дещо розвиває, доповнює своє визначення і тлумачить дестинацію як конкретну територію, яку турист обирає для відвідування і на якій перебуває деякий час, взаємодіючи з туристичною інфраструктурою [14].

Н. Лейпер також розробив і обґрунтував систему туризму. О. Заїка, аналізуючи її, зауважує, що вчений бачив у ній 5 ключових елементів, які перебувають у тісному органічному зв'язку між собою: туристи; регіон генерування туристів (та територія, де проживає турист, де він починає та закінчує свою мандрівку); транзитний регіон (та територія, через яку турист мусить проїхати, перш ніж прибути до пункту призначення); туристична дестинація (територія, яку вибирає турист для поїздки); туристична індустрія, яка й забезпечує туристичні потоки [67, с. 11].

У цій системі туризму саме туристична дестинація – головний її елемент, бо вона одночасно і чинник формування, і середовище реалізації туристичного попиту.

В англомовному «Словнику подорожей, туризму та гостинності» С. Медліка подано таке визначення поняття «туристична дестинація»: «Країни,

регіони, міста та інші райони, що приваблюють туристів, є основними місцями туристичної діяльності та, як правило, забезпечують більшу частину часу та витрат туристів. Вони є основними концентраціями туристичних пам'яток, місць проживання та інших туристичних об'єктів і послуг...» [18, с. 165].

У «Посібнику з оцінки якості туристичних дестинацій та послуг», який підготувала Європейська комісія, зазначено, що туристична дестинація – це «територія, яка окремо визначена та рекламується туристам як місце для відвідування і в межах якої туристичний продукт координується одним або кількома ідентифікованими органами влади чи організаціями» [1, с. 46].

«Практичний посібник з управління туристичними дестинаціями», який розробила й опублікувала Всесвітня туристична організація (англійською – United Nations World Tourism Organization, UN Tourism), натомість уводить поняття «місцева туристична дестинація» і визначає його як «фізичний простір, у якому турист проводить щонайменше одну ніч» [2, с. 1]. На думку авторів видання, цей простір включає туристичні продукти (послуги, пам'ятки, туристичні ресурси), має фізичні та адміністративні межі, що визначають управління ним, та певний імідж, що впливає на його конкурентоспроможність на ринку.

Туристичні дестинації, вважають упорядники цього видання, «містять низку основних елементів, які приваблюють відвідувача до місця призначення та задовольняють його потреби після прибуття» [2, с. 1]. Цими елементами названо «атракції; громадські та особисті зручності; доступність; людські ресурси; імідж та характер; ціна» [2, с. 1]. Саме наявність та якість цих елементів, як стверджується в посібнику, – це ті чинники, які впливають на рішення відвідувача здійснити свою поїздку.

Автори згаданого практичного посібника далі чітко розкривають суть кожного з елементів дестинацій.

Наприклад, атракції вони класифікують на такі типи: природні (пляжі, гори, парки, погода); архітектурні (пам'ятки культурної спадщини, релігійні,

конференційні та спортивні споруди); культурні (музеї, театри, художні галереї, мистецькі заходи) [2, с. 1].

Під зручностями розуміють «широкий спектр послуг, що сприяють перебуванню відвідувачів та включають базову інфраструктуру» [2, с. 1], зокрема, йдеться про комунальні послуги, громадський транспорт, дороги, а також прямі послуги відвідувачам, а саме: проживання, інформація для відвідувачів, рекреаційні об'єкти, гіді, оператори, заклади громадського харчування, торгові центри.

Доступність як елемент туристичної дестинації означає, що «місце призначення має бути доступним для великої кількості подорожуючих автомобільним, повітряним пасажирським транспортом, залізничним або круїзним транспортом» [2, с. 2]. Візові вимоги, пункти в'їзду, спеціальні умови в'їзду теж трактовано як ознаки доступності місця призначення.

Оскільки туризм трудомісткий, то взаємодія з місцевими громадами – важливий аспект туристичного досвіду. У цій справі важливі людські ресурси – добре навчені працівники, які мають відповідне обладнання та усвідомлюють свої обов'язки [2, с. 2].

Автори практичного посібника переконані, що вирішальне значення для залучення відвідувачів має також імідж дестинації, бо, мовляв, «недостатньо мати хороший вибір визначних пам'яток та зручностей, якщо потенційні відвідувачі не знають про це» [2, с. 2]. В імідж дестинації включають її «унікальність, визначні пам'ятки, краєвиди, якість навколишнього середовища, безпеку, рівень обслуговування та дружелюбність людей» [2, с. 2]. Для формування і вдосконалення іміджу дестинації автори видання радять використовувати всі можливі засоби (наприклад, маркетинг та брендинг, туристичні медіа, електронний маркетинг).

Важливим аспектом конкуренції дестинації з іншими в посібнику визнано й ціноутворення, адже ціна стосується вартості проїзду до місця призначення і назад, проживання, відвідування пам'яток, харчування та туристичних послуг [2, с. 2]; ще одним чинником названо можливість обміну валюти.

З урахуванням того бачення змісту поняття «туристичні дестинації», яке запропонувала Всесвітня туристична організація, Л. Юрчишина підсумувала: для того, щоб якась територія отримала статус туристичної дестинації, потрібна наявність на ній принаймні «засобів розміщення, харчування, розваг та розвиненої транспортної інфраструктури», «культурно-історичних, природних або інших визначних пам'яток, що цікавлять туристів», а також «налагоджена робота комунікаційних та інформаційних систем..., систем резервування» [51, с. 80].

Відповідно кожна туристична дестинація, на думку Л. Юрчишиної, має такі риси: сукупність пам'яток, зручностей, доступності, до того ж для туристів важливі не тільки зовнішні транспортні зв'язки з дестинацією, але й наявність розвинених внутрішніх транспортних зв'язків (прокат автомобілів, надання місцевого транспорту для проведення оглядових екскурсій та трансферів до місць розміщення); культурна цінність (туристи повинні бути переконані, що дестинація унікальна і заслуговує на те, щоб витратити на неї кошти); неподільність (туристичний продукт споживають безпосередньо там, де його виробляють); зорієнтованість не тільки на туристів, але й на місцеве населення, зокрема на персонал [51, с. 80–81].

Т. Ткаченко трактує поняття «туристична дестинація» з урахуванням елементів її: «певне місце, що має реальний або уможливленний кордон (місто, регіон, район, острів, тощо), що приваблює туристів за рахунок наявності своїх туристично-рекреаційних ресурсів, атрактивних можливостей та необхідної інфраструктури, доведених до споживача у формі сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій в системі важелів інтегрованого управління суб'єктами господарювання [80, с. 62].

І. Запухляк, Л. Вербовська, О. Сохан визначають туристичну дестинацію таким чином: «місце призначення туриста, де він має реалізувати мету своєї подорожі» [41, с. 20].

На думку Б. Миронова, туристична дестинація – це центр (територія) з засобами обслуговування та послугами для забезпечення потреб туристів [91, с. 65].

І. Смачило трактує дестинацію як таку конкретну географічну територію, яка однозначно приваблива для туристів [44, с. 210].

І. Макарчук, Ю. Колодич, К. Шевчук, Л. Яременко, Н. Петренко наголошують, що туристична дестинація охоплює основні аспекти туристичної привабливості території і є суб'єктом ринкових відносин та об'єктом управління в галузі туризму: «Формування та функціонування туристичної дестинації базується на туристсько-рекреаційному потенціалі території та наявності відповідної туристичної інфраструктури» [43, с. 51]. Туристичну привабливість дестинації на прикладі конкретного міста, на думку названих учених, забезпечують розвинена інфраструктура, безпека та комфорт, послуги, традиції, національна культура та гастрономічні уподобання. Важливо, щоб на території, яка має туристичний потенціал, було забезпечено умови для охорони відповідних ресурсів.

Узагальнюючи напрацювання різних учених, Ю. Головчук, С. Мороз, Д. Цесьців роблять висновок, що найпоширеніше трактування поняття дестинації – це пункт призначення туристичної подорожі, а точніше – «територія, регіон або країна, де турист бажає провести час за межами постійного місця проживання терміном понад 24 години», а також де наявна відповідна туристична спеціалізація та інфраструктура [89].

Ще одна проблема, яку розробляють дослідники, – класифікація туристичних дестинацій «з метою подальшого використання в різних аспектах управлінської діяльності та регулювання їх розвитком на різних ієрархічних рівнях» [80, с. 58].

Т. Ткаченко запропонувала детальну типологію дестинацій за десятьма суттєвими ознаками: за масштабами: туристський регіон, країна, адміністративно-територіальна одиниця країни, туристичний об'єкт; за стадією життєвого циклу: що народжується, що розвивається, зростаюча, рецесійна,

стагнаційна, відроджувальна, вмираюча; за видами туризму: екологічна, сільська, зелена, пізнавальна, освітня, культурологічна, воєнна; за цілями подорожі: комплексна, дозвіллева, спортивна-оздоровча, лікувальна, рекреаційно-оздоровча, ділова (службова, бізнес, навчання), спеціалізована (релігійна, пізнавально-просвітницька та ін.); за ресурсною базою: природна, штучна, змішана; за станом розвитку: реальна, перспективна (планова прогнозована); за ступенем навантаження: слабо навантажена, оптимально навантажена, максимально навантажена, перенавантажена; за рівнем агрегації: мала, велика; за ступенем агломерації: проста, складна; за категорією споживачів: молодіжна, сімейна, універсальна [80, с. 58–59].

І. Макарчук, Ю. Колодич, К. Шевчук, Л. Яременко, Н. Петренко натовміть класифікують туристичні дестинації відповідно до особливостей туристичного продукту: столиці та великі міста, які приваблюють туристів можливостями ділового чи пізнавального туризму; привабливі для туристів центри, не столиці, а міста, навіть села, які цікаві своєю історією, культурою; спеціально побудовані центри для туристів, скажімо, тематичний парк Гаррі Поттера у Великобританії, «Діснейленд» тощо [43, с. 53].

Н. Онищук та Н. Корж запропонувати таке визначення великого міста як туристичної дестинації – це територія, що має чіткі адміністративно-територіальні кордони, високорозвинену індустрію гостинності, транспортну доступність, різноманітність визначних пам'яток, міську інфраструктуру, міське середовище, цілісність яких має забезпечувати задоволення різноманітних потреб туристів протягом усього періоду їх перебування у місті [86].

Н. Онищук та Н. Корж сформулювали такі особливості великого міста як туристичної дестинації.

По-перше головна особливість великого міста з погляду системного підходу полягає в тому, що воно поєднує в собі три взаємопов'язані підсистеми – місто як туристична дестинація, місто як транзитний регіон та місто як територія, що постачає туристів до інших туристичних дестинацій. Саме цю

особливість великого міста необхідно враховувати у процесі розвитку як туристичного бізнесу загалом, так і його потенціалу [86].

По-друге, велике місто є туристичною дестинацією тільки в тому випадку, коли забезпечується «сукупність» наступних п'яти компонентів: наявність високорозвиненої індустрії гостинності, широкий спектр пам'яток, що дозволяють задовольняти різноманітні туристичні інтереси та потреби туристів, високий рівень транспортної доступності, високий рівень розвитку міської інфраструктури та наявність сприятливого міського середовища проживання [86].

По-третє, рівень розвитку туристичного бізнесу великого міста характеризується, розмаїттям туристичних підприємницьких структур, здатних залучити до своєї господарської діяльності його різноманітні туристичні ресурси (зокрема розширити їх спектр за рахунок не «типових» туристичних продуктів) для задоволення потреб туристів, транзитних пасажирів та місцевих жителів [86].

Важливим фактором будь-якої туристичної дестинації є її атрактивність. Атрактивність – це туристська привабливість території, яка формується передусім за наявності природних або історико-культурних туристських ресурсів, а ще краще – за їх поєднання. Водночас такі ресурси ще не встановлюють рівень привабливості цієї чи іншої території. Дуже важливою складовою привабливості в сучасних умовах постає якість довкілля. Загалом туристсько привабливою вважається територія, яка користується популярністю у туристів і перетворюється на відповідне територіальне туристське поєднання у вигляді туристського пункту, центру, вузла, району, регіону. Привабливість природних туристських ресурсів певної території підвищується за наявності екзотичних, неповторних та унікальних форм ландшафту, що по-особливому впливає на психологічний стан людини [27].

На туристичну атрактивність території впливають, перш за все, природно-рекреаційні та культурно-історичні чинники, серед яких - цікаві природні об'єкти, рідкісні види флори і фауни, сприятливий екологічний стан, а також пам'ятки культури та історії, культові місця, культурні заходи, фестивалі,

ярмарки та виставки тощо. Зазначене зумовлює необхідність особливої уваги з боку держави та місцевої влади щодо використання природних ресурсів, зберігання історичних пам'яток та захисту довкілля й екології. Туристична атрактивність передбачає також постійне покращення туристичної інфраструктури, що неможливо без відповідного інвестування. Потужні інвестиції у поєднанні з належним державним регулюванням, крім того, сприятимуть посиленню конкурентоспроможності країни на світовому ринку туристичних послуг [71].

Фактором популярності DESTINATION є її якість, яка безпосередньо впливає на конкурентоспроможність, залучення туристів, репутаційну привабливість та ступінь задоволеності.

Репутаційна привабливість DESTINATION – це сукупність уявлень, іміджу, оцінок та досвіду, що формують довіру туристів до DESTINATION та визначають її конкурентоспроможність. В свою ж чергу, ступінь задоволеності – це показник, який визначає відповідність між очікуванням та фактичним досвідом споживача.

Відповідно до ДСТУ ISO 9000-2001 «Системи управління якістю. Основні положення та словник» прийнято таке визначення поняття якості: «якість – це ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги» [66].

І. Мазур трактує поняття якість так: якість – це виконання за певною прийнятною ціною будь-яких завдань і сподівань клієнта, які не заборонені законодавством, при одночасному дотриманні вимог безпеки, гігієни і доступності туристичних послуг, гармонії людського й природного середовища [42, с.27-28].

Серед чинників, які впливають або можуть впливати на якість послуг можна виділити наступні: показники функціонального призначення; показники соціального призначення; ергономічні показники; естетичні показники; показники безпеки; екологічні показники; патентно-правові показники; показники стандартизованості [42, с.111-112].

М. Шаповал надає наступне визначення: якість – це сукупність характеристик об'єкта, які стосуються його здатності задовольнити установлені та передбачувані потреби [57].

Отже, туристична дестинація – фундаментальне поняття туристичної системи; це не просто географічна територія, а складне соціально-економічне утворення, яке споживач сприймає як цілісний продукт; вона об'єднує ресурси, інфраструктуру та послуги, спрямовані на задоволення потреб туриста. А якість туристичної дестинації забезпечує задоволеність туристів, що стимулює на повторні візити та позитивні рекомендації, формуючи сталий попит. Дестинація має чітку внутрішню архітектуру і тільки за умови гармонійної взаємодії всіх її елементів стає конкурентоспроможною на ринку. Ефективне функціонування її неможливе без координації зусиль державного сектору, бізнесу та місцевої громади.

1.3 Поняття про цифровий туризм та інтерактивні карти як інструмент сучасної туристичної діяльності

Під час проходження процесів глобалізації та входження у цифрову епоху відбувається розвиток технічних інновацій. Вони входять у всі галузі економіки, особливо у туризм, який має оперативно реагувати на зміни соціально-культурного контексту суспільства та на технічні трансформації соціально-культурного тла економіки.

Цифровізація надає для туризму нову цільову аудиторію, а також дозволяє прискорити надання сервісу, зробити його якість більш досконалою та витонченою, завдяки тому, що масово запроваджуються хмарні сервіси, інтерактивні карти та інші сучасні цифрові платформи.

Слід зауважити, що зараз з світі успішно працюють десятки та сотні компаній у сфері цифрового туризму. Це компанії надають послуги онлайн-бронювання готелів, замовлення квитків на потяги та літаки. А, також, це

сегмент онлайн-екскурсій, впровадження цифрових гідів, розробки туристичного сегменту віртуальної реальності.

Проблематика цифрового туризму та інтерактивних карт перебуває у фокусі досліджень одразу кількох наукових напрямів. Потрібно зауважити що це практики аналітики туризму, інформаційних технологій загалом та картографії.

Розробкою тематики цифрового туризму займались науковці, праці яких проаналізуємо далі.

У працях М. Шевелюк цифровізація туризму розглядається як комплексний процес трансформації туристичної діяльності під впливом сучасних інформаційних технологій. Дослідник акцентує увагу на впровадженні наступних технологій: це штучний інтелект, продукти віртуальної та доповненої реальності, інтернет речей, що змінюють й туристичний продукт, та, особливо, модель взаємодії з клієнтом [58].

Подібної позиції дотримуються І. Тищук та О. Ільїна, які досліджують digital-технології у туристичному бізнесі. Вони досліджують роль онлайн-сервісів, мобільних додатків, цифрових платформ бронювання та аналітики даних у формуванні сучасного туристичного ринку [46].

У роботі С. Калініченка, А. Грібіника та А. Авряти увага зосереджена на впливі цифровізації на туристичну інфраструктуру та регіональний розвиток. Автори доводять, що цифрові технології сприяють підвищенню доступності туристичних послуг, оптимізації управління та створенню нових форматів туристичного досвіду [74].

Окремий напрям досліджень пов'язаний із цифровою картографією. Зокрема, О. Лейберюк розглядає інтерактивні веб-мапи як сучасний інструмент візуалізації просторових даних, що забезпечує взаємодію користувача з картографічною інформацією в режимі реального часу. Автор також пропонує їх класифікацію та визначає основні етапи створення [68].

У монографії за редакцією Л. Руденка висвітлюється еволюція картографії від традиційних форм до цифрових і веб-орієнтованих рішень, зокрема розвиток

геоінформаційних систем та геопорталів як основи сучасних інтерактивних мап [25].

Історичний аспект цифрового туризму частково розкрито у праці Ю. Миронова, який пов'язує його витoki з розвитком технологій віртуальної реальності та поступовим переходом до цифрових форм представлення туристичних ресурсів [90].

Додатково, у навчальній літературі (зокрема у підручнику Географії, 8 клас, 2025 рік В. Безуглого [30]) уточнюється категоріально-понятійний апарат: автор розмежовує електронні, цифрові та інтерактивні карти. Практичні аспекти створення та використання цифрових мап розглядаються також у матеріалах прикладного характеру (EOS Data Analytics, кейси цифрових туристичних проєктів громад).

Ю. Миронов так визначає цифровізацію: «цифровізація – це насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними. Це уможливорює інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір» [90].

Отже, визначимо та узагальнимо сутність явища. По суті, воно полягає у тому, що процеси діяльності переходять із реального світу у віртуальний простір. Практично – це трансформація процесів з біологічних та фізичних у справжній кібер-вимір. Тобто, всі ці процеси реалізуються через впровадження віртуальної реальності, штучного інтелекту та розвиток сервісів з аналізом великих масивів даних та блокчейну.

Віртуальна реальність може знайти застосування у створенні імерсійного туристичного досвіду. Тобто турист відвідує музеї, дивиться культурні та історичні пам'ятки не виходячи з дому. Турист може, знаходячись у знайомому оточенні, за допомогою цифрових засобів занурюватись у іншу культуру. Це підтримує тренд на екологічність також, бо залишаючись вдома турист допомагає зберігати пам'ятки.

Штучний інтелект тут покликаний до обробки великих масивів даних. Це можуть бути дані про подорожі чи про готелі. Він може точніше прогнозувати попит та формувати рекомендації щодо маршрутів та послуг.

Аналіз великих масивів це засіб розробки маркетингових стратегій: прогнозуванні попиту, оптимізації цін. Його також можна застосувати для стимуляції попиту шляхом аналізу профілю користувача. Він корисний і у створенні під конкретного туриста індивідуальних знижкових пропозицій.

Блокчейн має підтримувати безпечні та ефективні процеси завдяки розподіленим базам даних. Вони формують захищену мережу, дані у якій не підлягають зміні без згоди всіх учасників мережі.

Серед відомих гравців ринку цифрового туризму можна назвати такі платформи – глобальні розподільчі системи, як AMADEUS, Worldspan, Galileo та Sabre [46]. Всі вони мають глобальний характер, але вирізняються індивідуальним профілем функцій та можливостей.

Amadeus заснували у 1987 році. Вона з'явилась завдяки співпраці авіакомпаній Air France, Lufthansa, Iberia. Її назвали на честь Вольфганга Амадея Моцарта. На зараз це чи не найбільша з систем комп'ютерного бронювання, розгорнутих у сфері туризму. Вона охоплює понад 190 країн світу, а її основними користувачами виступають авіакомпанії, туристичні агенції та готелі. Ця система дозволяє надавати такі послуги як бронювання авіаквитків, готельних номерів, автомобілів. В ній також є аналітична складова, яка, разом з доступом до статистичних даних дозволяє компаніям розробляти та вдосконалювати маркетингові стратегії. У 2020 році було запущено Amadeus Travel Platform, яка об'єднала більшість сервісів системи та надала удосконалені інструменти для бронювання різних туристичних послуг [46].

Worldspan була впроваджена у 1990 році, а у 2007 році її купила Travelport. Це також система бронювання та резервування. Тобто вона надає туристичним компаніям можливість бронювати квитки, готелі, автомобілі, круїзи та надавати інші послуги. Слід зауважити, що розробники ретельно попрацювали над її юзабіліті, і це робить бронювання простим та ефективним. Worldspan дає доступ

до мережі де є дані понад 700 авіакомпаній та готелів по всьому світу. У складі системи є, також, інструменти аналітики та прогнозування попиту й прийняття рішень по впровадженню стратегій у сфері ціноутворення й маркетингу [46].

Galileo – це ще одна комп'ютерна система резервування (CRS), що була створена у 1971 році та її також купила компанія Travelport у 2001 році. Так й інші дві, вона надає можливості бронювання квитків, круїзів, готелів та автомобілів, тощо. У царині можливостей системи доступ до понад 500 авіакомпаній та 80 тисяч готелів по всьому світу. Важливою перевагою Galileo є підтримка більш ніж 30 мов, тому вона дуже зручна для агентів, які працюють із клієнтами з різних країн [46].

Sabre створили у 1960 році як цифровий проект авіакомпанії American Airlines. З плином часу вона постала з найбільших та найпопулярніших систем бронювання у світі. В її базі даних зареєстровано понад 400 авіакомпаній, 750 тисяч готелів та інших надавачів туристичних послуг. Необхідно зазначити, що ця система використовується більш ніж на 425 тисячах терміналів у туристичних агенціях по всьому світу. Sabre багатофункціональна, в ній є аналітичні інструменти та засоби безпеки, що допомагають агентам ефективно управляти бізнесом. У 2020 році компанія запровадила Sabre Commercial Platform, яка інтегрує різні рішення для авіакомпаній та туристичних агенцій, спрощуючи процес бронювання та продажу послуг [46].

Ці системи орієнтовані на різні типи користувачів. Amadeus, Worldspan і Sabre це професіональні інструменти, переважно орієнтовані на туристичні агенції та туроператорів. А ось Galileo вже надає можливостей туристам напряду здійснювати бронювання через сайти авіакомпаній чи готелів, себто без посередництва агенцій.

Цифрові технології є невичерпним джерелом для міжнародного розвитку туристичного бізнесу. Компанії мають змогу до просування своїх послуг на глобальному ринку використовуючи інтернет-маркетинг, веб-аналітику та звертаючись до соціальних мереж. Також вони можуть швидко отримувати зворотній зв'язок. Крім того, цифровізація забезпечує персоналізований підхід.

Компанії через аналіз даних відстежують інтереси клієнтів, пропонують індивідуальні рекомендації та створюють якісніший туристичний сервіс.

Сучасні цифрові інструменти дуже активно інтегруються у сферу туризму. Зараз активно створюють персоналізовані додатки та інші цікаві та важливі сервіси для мандрівників. Додатки, основою в яких є штучний інтелект, наприклад: Travel Genome, виконують роль індивідуальних туристичних помічників, тобто вони збирають дані з різних джерел, враховують уподобання користувачів та формують оптимальні маршрути і плани подорожей [58]. Паралельно ініціативи на зразок Travel Chain пропонують децентралізовані бази даних, що гарантують конфіденційність і дають змогу постачальникам послуг аналізувати ринок та формувати індивідуальні рішення.

Бронювання та оплата також стають надійними, прозорими та безпечними через такі фінансові новації, як застосунок Travel Tokens чи блокчейн-платформ такого типу, як Winding Tree. Це все робить туристичні фінансові процеси незалежними від посередників. А цим воно спрощує світові операції, усуває потребу в конвертації валют та зменшує ризики затримок чи анулювання платежів.

Отже – цифрові технології не лише вдосконалюють та пришвидшують протікання бізнес-процесів у туризмові, а й формують зовсім нові рівні у спілкуванні з клієнтом та задоволенні його потреб. Цим забезпечується персоналізація, підвищується зручність та безпечність планування мандрівок.

У сучасності туризм набуває ознак ІТ-бізнесу. Мережі готелів, туристичні агенції та, навіть, авіалінії вкладаються у розробку нових, інноваційних продуктів, часто із застосуванням інтерактивної складової чи віртуальної реальності. Інформаційні технології роблять туристичний продукт більш індивідуальним та гнучким. ІТ-рішення використовуються як туроператорами й готельєрами, так і самими подорожуючими. Відкриваються нові перспективи за допомогою віртуальної, доповненої та змішаної реальності: від віртуальних турів з індивідуальним гідом до навігації містом, перекладу текстів у реальному часі чи віртуального відновлення фізичних історичних споруд. Великі готельні

мережі застосовують VR для презентації номерів та інфраструктури, а AR-додатки допомагають туристам орієнтуватися, відшукувати заклади харчування та отримувати поради [74].

Нововведення охоплюють і сферу сервісу: автоматизована реєстрація у хостелі, «розумні» валізи з інтегрованими чіпами для моніторингу та самостійного оформлення багажу, це новітня розробка, що її впроваджують Samsonite, Rimowa та інші [58]. Такі технології роблять подорожі приємнішими, безпечнішими та більш індивідуалізованими, підтверджуючи, що цифровізація докорінно міняє туристичний досвід.

Отже, цифровий туризм – це сучасна форма організації та провадження туристичної діяльності, що базується на цифрових технологіях (інтернет-платформах, мобільних аплікаціях, геоінформаційних системах, технологіях віртуальної та доповненої реальності), які забезпечують створення, просування, споживання та управління туристичним продуктом, а також формують нові схеми взаємодії між учасниками туристичного ринку.

Слід зазначити, що без геоінформаційних систем та інноваційних рішень картографічного спрямування швидкий розвиток цифрового туризму зіткнувся б з великою кількістю труднощів.

Взагалі, картографія зазнала відчутних трансформацій з моменту, коли у другій половині XX сторіччя з'явилися геоінформаційні системи, що стосувалися й методів створення карт, їх використання та самої ідеї геоінформаційного картографування, яке узагальнює карту як один із видів геообразень. Водночас для позначення карт, створених за допомогою програмних засобів, дедалі частіше використовують термін «електронна мапа» чи «інтерактивна мапа», що підкреслює їхню особливість як цифрових моделей, придатних для аналізу та моделювання.

Розвиток електронних мап є залежним від тих запитів, що ставить користувач, себто його рівня підготовки, завдань картографування та формату подання. Сучасні геоінформаційні системи (ГІС) охоплюють різні види програмних рішень – від стаціонарних і мобільних до веб-сервісів та

комплексних систем управління просторовими даними. З огляду на те, що глобальна мережа стала основним простором для створення та розповсюдження інформації, особливої ваги набули інтернет-технології картографування.

ГІС картографія розглядається так: «як геоінформаційна система, тоді як картографія означає візуальне представлення числових даних. На відміну від традиційних мап, цифрові ГІС-мапи – динамічні та інтерактивні. Вони допомагають виокремити раніше невидимі ознаки та демонструють їхні зміни з плином часу на підставі заданих параметрів» [33].

Електронні мапи розрізняються за своїм призначенням та способом візуалізації даних.

За своїм призначенням вони можуть бути програмним забезпеченням, доступним онлайн, платформами для геокодування та аналізу, або сервісами даних та контенту. Усі ці продукти зрештою забезпечують створення веб-мап, що фактично є електронними мапами, але з акцентом на спосіб їхнього формування та відображення через Інтернет [68].

Серед найпоширеніших форм візуалізації геоінформаційного простору виокремлюють: класифікаційні мапи – вони згруповують дані за категоріями; теплові мапи, що демонструють інтенсивність явищ у формі «гарячих» та «холодних» зон; кластерні мапи, це такі, що об'єднують великі скупчення точок у зручні групи; бульбашкові мапи, де розмір символів передає числові співвідношення; кількісні мапи, які застосовують відтінки кольору для показу розбіжності у значеннях [33].

За характером подання інформації веб-мапи поділяють на статичні та динамічні. Статичні відображають дані у вигляді готових зображень і не передбачають взаємодії з користувачем, тоді як інтерактивні мапи дають змогу працювати в режимі «запит-відповідь», реагуючи на дії користувача та змінюючи відображення даних у дійсному часі. Саме інтерактивність стала ключовою ознакою сучасних веб-картографічних систем, які перетворюють геопросторову інформацію на досяжний та гнучкий інструмент для аналізу, моделювання та комунікації [68].

Всі різновиди електронних карт мають спільну мету зробити дані зрозумілішими та доступнішими для аналізу. Використання таких сервісів дозволяючи швидко оцінювати обстановку та приймати рішення ґрунтуючись на візуалізованій інформації.

Найпоширеніші електронні мапи тривалий час залишалися статичними – вони відтворювали паперові аналоги у вигляді зображень, доступних на комп'ютері чи мобільному пристрої. Такі мапи фактично виконували функцію інформування та не припускали взаємодії з користувачем [30].

Інтерактивні мапи стали якісно новим етапом у картографуванні. За їх допомогою можна не просто подивитись інформаційно-просторові дані. Ці дані можна міняти. Можна змінити масштаб, чи отримати реальне фото. Можна підключити різні інформаційні шари, завантажити в карту текст, графіки, навіть рекламу чи посилання на заклад чи цікаве місце. Тобто, так звичайна карта стає цифровою системою де користувач може отримувати різні види інформації.

Отже, інтерактивні мапи – це цифрові картографічні ресурси, що працюють у веб- або програмному середовищі та забезпечують активну взаємодію користувача з просторовими даними шляхом перегляду, масштабування, фільтрації, аналізу та оновлення інформації у режимі реального часу.

Звісно, як і у будь якого інструменту, інтерактивні мапи мають обмеження. Насамперед це залежність від серверів та програмних сервісів. Звісно, необхідним є залучати фахівців з необхідними навичками програмування, що збільшує витрати на розробку.

Веб-картографування є, можливо, ключовим напрямом розвитку цифрового туризму та він зазнає стрімкого формування під час впровадження інформаційно-комунікаційних технологій. Вже зараз феномен цифрового туризму реалізується через сервіси віртуальних музеїв, інтерактивні карти. Цифровий туризм забезпечує доступ до візуальної, просторової та іншої інформації про всі культури світу у режимі реального часу не виходячи з дому. Суть тут саме у тому, що забезпечується активна взаємодія користувача з

картами, та тими шарами інформації, що в них вбудовані. Саме це вирізняє інтерактивні карти від традиційних карт.

Тобто, можемо узагальнити, що, в цілому, розвиток інтерактивних карт в цілому є уособленням еволюції картографії від паперових карт до геоінформаційних систем. І, потрібно сказати, що він суттєво розширює можливості картографії в цілому.

Отже, цифровий туризм та інтерактивні мапи допомагають формувати розвиток туристичної сфери у сучасності. Вони надають можливість окремим громадам, розробити власний туристичний продукт, зацікавити та залучити до себе відвідувачів. Поєднання інноваційного продукту, який знаходить реалізацію через поєднання візуальної та інформаційної складової є основою для підвищення якості управління туристичною галуззю, покращення якості обслуговування та надання користувачеві нових форм досвіду.

1.4 Методика дослідження туристичної інфраструктури DESTINACIЇ великого міста з метою розробки інтерактивної карти

Для вивчення та аналізу обраної тематики потрібно розробити особливий методичний алгоритм, що складається з низки логічно-послідовних етапів. Методика – сукупність методів, прийомів проведення будь-якої роботи. Методика дослідження – це система правил використання методів, прийомів та операцій [38].

Метод – спосіб пізнання, дослідження явищ природи і суспільного життя. Це також сукупність прийомів чи операцій практичного або теоретичного освоєння дійсності, підпорядкованих вирішенню конкретного завдання. Різниця між методом та теорією має функціональний характер: формуючись як теоретичний результат попереднього дослідження, метод виступає як вихідний пункт та умова майбутніх досліджень. У загальному розумінні метод – це шлях,

спосіб досягнення поставленої мети і завдань дослідження. Він відповідає на запитання: як пізнавати [38].

Дослідження туристичної інфраструктури DESTИНАЦІЇ великого міста з метою побудови інтерактивної карти має включати три взаємопов'язані етапи.

На підготовчому етапі роботи потрібно здійснити підбір необхідної теоретичної та емпіричної інформації для подальшого дослідження. З цією метою слід використати літературний метод, метод контент аналізу та метод наукової систематизації.

На першому етапі слід з'ясувати сутність поняття «туристична інфраструктура», розглянути її складові, розкрити поняття «дестинація великого міста» та встановити, що саме визначає її атрактивність. Необхідно також дослідити теоретичні засади розвитку цифрового туризму та інтерактивних карт. З цією метою варто використати, літературний, метод аналізу інформації та метод класифікації.

На другому етапі належить провести дослідження туристичної інфраструктури DESTИНАЦІЇ міста Луцька, а саме, — закладів розміщення, підприємств ресторанного господарства та туристичних атракцій.

Для дослідження закладів розміщення з метою аналізу якості та оцінки надання послуг гостинності необхідно провести аналіз інформації, в якому взяти до уваги такі критерії: персонал, зручності, чистота, комфорт, співвідношення ціна / якість, розташування, наявність безкоштовного Wi-Fi.

В рамках вирішення цього завдання слід провести аналіз та порівняння цінової політики закладів розміщення, для чого буде використано метод ранжування готелів за цінами номерного фонду. Всі вони об'єднані в 5 груп із рівними інтервалами, розрахованими за формулою (1.1). З цією метою необхідно обчислити різницю між максимальним та мінімальним значенням середньої ціни номерного фонду та розділити отримане число на розмір групи (у цьому випадку – на 5) [5].

$$h = (X_{\max} - X_{\min}) / n, \quad (1.1)$$

де $X_{\max}$ – максимальне значення ознаки;

$X_{\min}$ – мінімальне;

n – розмір групи.

Тобто, $(4\,610 - 1225) / 5 = 677$ грн.

У дослідженні підприємств ресторанного господарства доцільно використати класифікаційний метод, який дозволить визначити кількість підприємств ресторанного господарства різних типів. Методом аналізу інформації буде досліджено популярні заклади ресторанного господарства, а саме, концепція закладу, вид кухні та фірмові страви.

Для дослідження туристичних атракцій необхідно провести аналіз інформації наявних туристичних місць, методом класифікацій визначимо види туристичних атракцій, а за картографічним методом буде проведено аналіз відстаней між головними туристичними атракціями Луцька.

На третьому етапі буде досліджено туристичну привабливість Луцька, а також проаналізовано вітчизняний досвід розробки інтерактивних карт та розроблено інтерактивну карту туристичної інфраструктури дестинації міста. З цією метою варто застосувати, літературний, метод аналізу інформації, фінансово-економічний аналіз, статистичний, порівняльний та історичний методи.

Створення інтерактивної карти є комплексним завданням, що потребує поєднання системного аналізу та цифрових технологій. Якість кінцевого продукту залежить від чіткої структуризації етапів розробки – від збору даних до їх представлення в фінальному цифровому продукті. Такий підхід дозволяє не тільки систематизувати туристичну інфраструктуру Луцька, а й забезпечити високий рівень інформаційної достовірності.

Метод геоінформаційного моделювання буде використаний з метою створення цифрового туристичного простору Луцька, а саме для нанесення точок на цифрову основу, створення тематичних шарів та прив'язки до конкретних координат. Картографічний метод використаємо з метою вибору умовних позначень категорій карти та її кольорової гами. Метод структурування даних необхідний для інформаційного наповнення об'єктів карти: назва, опис, фото,

графік роботи, та посилання на веб-сайт. Для доступності карти іноземними туристами потрібно використати лінгвістичний метод, де інформацію об'єктів інтерактивної карти буде подано двома мовами: українською та англійською. Для перевірки коректності роботи готового туристичного продукту буде проведено тестування інтерактивної карти.

РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА ЛУЦЬКА

2.1 Заклади розміщення

Заклади розміщення – важлива частина туристичної інфраструктури та один з основних чинників конкурентоспроможності туристичної дестинації. Від рівня розвитку готельного господарства залежить якість туристичного продукту, задоволеність гостей, тривалість їх перебування та соціально-економічний ефект від туристичної діяльності.

Місто Луцьк як історико-культурний та адміністративний центр Волинської області має чимало різних закладів розміщення, які задовольняють потреби різних сегментів туристичного попиту. У структурі закладів розміщення представлено такі категорії: готелі, апартаменти, хостели та будинки для відпочинку; всі вони відрізняються за рівнем сервісу, ціновою політикою та місцем розташування.

За даними сайту Booking.com [5] та Hotels24 [10], у Луцьку у 2026 році наявно понад 200 закладів розміщення, серед них 198 апартаментів, 20 готелів та 6 хостелів.

Згідно з проведеним аналізом класифікації готелів ? За рейтингом в місті представлені заклади переважно категорії 3 та 4 зірки. Станом на 2026 рік в Луцьку відсутні готелі 5-зіркової категорії.

До категорії 4 зірки відносять готелі з високим рівнем комфорту, які пропонують розширений спектр послуг, наприклад: сауна, косметичні процедури, ресторан, конференц-сервіс. Серед цієї категорії можна відзначити «Noble Boutique Hotel» – новий бутик-готель, який знаходиться в центрі міста. У ньому є бар, ресторан і 35 комфортних номерів для здорового відпочинку гостей. Вартість проживання на день для однієї людини складає мінімум 2160 грн. Комфортні умови забезпечено: у номерах є телевізор, сейф; тепла підлога, домашній інтер'єр роблять кімнати більш затишними, приємними. Окремо пропонують також номери для ділових людей, закоханих і сімейних пар.

Додатково можна скористатися послугами хімчистки, прання, прасування. Без додаткової оплати надається сніданок. Також у готелі є Wi-Fi, парковка, кімнати, облаштовані балконом і кімнати для некурців. Щоб смачно поїсти або спробувати різні алкогольні напої, можна скористатися послугами бару, ресторану [65].

Заклади категорії 3 зірки – найбільш поширені в Луцьку, що характерно для більшості обласних центрів України. Вони пропонують достатній вибір номерів та базові послуги, як-от: мінібар, сніданок та прибирання. Серед 3-зіркових готелів можна відзначити наступні.

Готель «Срібні Лелеки» – це луцький спа-готель, який знаходиться в спальному районі міста. Та території також є великий ресторан. Туристам пропонують комфортабельні стандартні номери і помешкання класу люкс. Територія дуже гарно облаштована, що приваблює туристів і місцевих мешканців. Залежно від фінансових можливостей можна забронювати номер різної вартості – від 1400 грн до 2700 грн. На території є дитячий майданчик, парковка для автомобілів, зони для відпочинку. Щоб добре пообідати або повечеряти, можна скористатися послугами ресторану зі смачними стравами [65].

Готель «Версаль» – це новий готель у центральній частині міста; гарний варіант і для туристичних, і для ділових подорожей до Луцька. «Версаль» розміщений усього за 750 метрів від залізничного вокзалу та за 7 хвилин від центру міста на громадському транспорті. Гостям пропонують 11 кімнат категорій стандарт та напівлюкс, а також один престижний люкс. Кожна кімната облаштована сучасними зручностями та гарантує належний рівень комфорту, крім того, гостям доступна послуга сніданок в номер. Готель розташований безпосередньо в частині торговельно-розважального комплексу, тож поряд із місцем проживання не вийде сумувати [35].

«MOJO HALL Hotel» – єдиний готель класу люкс на території Старого міста, недалеко від головних пам'яток, туристичних локацій та ділового центру. З вікон відкриваються незабутні краєвиди на замок Любарта та долину річки

Стир. «MOJO HALL Hotel» має оновлений дизайн та кілька переваг, якщо ви плануєте не лише відпочивати в номері [35].

«Rhombus Hotel» – це готель, який розташований всього лише за 0,6 км від замку Любарта, налічує 17 номерів із видом на місто. У цьому готелі є грузинський ресторан, бар на терасі, можна користуватися Wi-Fi в номерах. Музей книги та Будинок родини Косачів знаходяться на відстані 0,6 та 0,7 км відповідно. Окрім того, готель – за 1,5 км від закритого пляжу в Луцьку. На відстані 10 хвилин пішки розташована автобусна зупинка «Волинський медичний інститут». Є окремо номери для алергіків. У помешканнях є Wi-Fi, телевізор із плоским екраном і супутниковими телеканалами, а також мініхолодильник та кавоварка. У ванних кімнатах пропонують туалет, біде і душ. У кухонній зоні передбачені електрочайник, холодильник і скляний посуд. Ресторан, що розміщений на цій самій території, спеціалізується на стравах грузинської кухні [17].

Завдяки даним сайту Booking.com [5] було проведено аналіз критеріїв якості тих готелів, які представлено на цьому сайті для бронювання.

Результати дослідження наведено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Оцінка готелів Луцька за критеріями якості (балів)

Готелі	Персонал	Зручності	Чистота	Комфорт	Співвідношення ціна / якість	Розташування	Безкоштовний Wi-Fi
Noble Boutique Hotel	9,7	9,7	9,7	9,7	9,4	9,8	9,4
Sribni Leleky Hotel & Spa	9,3	9,3	9,4	9,5	9,2	9,3	9,3
Готель «Версаль»	9,6	9,3	9,4	9,4	9,2	9,3	9,5
MOJO HALL Hotel	9,3	9,2	9,2	9,3	9,1	9,3	9,5
Rhombus Hotel	9,4	8,8	9,1	9,1	8,7	9,2	8,3
Optima Collection River Park	9,2	9,1	9,3	9,3	9,0	9,2	8,9
Patio di Fiori	9,3	9,0	9,1	9,2	9,0	9,1	8,4
Hotel Complex Ukraine	9,1	8,5	8,6	8,6	8,4	9,6	8,5
Ribas Rooms Lutsk	9,7	9,1	9,7	9,2	8,9	9,7	9,0
Space Apart Hotel	9,8	9,5	9,6	9,6	9,5	9,5	9,0
Готель «Рестпарк»	9,6	9,3	9,3	9,2	9,1	9,5	8,5
Чевермето-Ірен	9,3	8,7	9,0	9,1	9,1	7,9	8,1
Makis Hotel SPA	9,2	8,9	9,0	9,1	8,9	8,9	9,1
Maximus hotel	9,2	8,3	8,5	8,4	8,3	8,1	9,2
Hotel Profspilkovyi	9,0	7,5	8,2	8,0	8,6	8,3	8,8
Power House Hotel	8,4	6,6	6,7	6,5	6,9	6,9	10
Готель «Кедем»	8,9	8,3	8,7	8,9	8,7	8,1	8,2
Готель «Corner House»	9,4	9,0	9,6	9,2	9,1	8,9	9,7

Джерело: розроблено автором за даними сайту бронювання Booking.com.

Результати аналізу даних сервісу Booking.com [5] свідчать, що майже всі готелі міста представлені на сайті для бронювання. Загалом більше як половина досліджуваних закладів отримала преміальні оцінки (9+). Найвищий рівень

оцінювання зафіксовано в категорії «персонал», що засвідчує високу професійну компетентність працівників. Високу оцінку (9+) за показниками «чистота» та «зручності» отримали 13 та 10 готелів відповідно; за параметрами «комфорт» та «Wi-Fi» – так само 13 та 10 готелів відповідно; за показниками «співвідношення ціна / якість» та «розташування» – 10 готелів.

Отже, результати аналізу відгуків свідчать про загалом високу репутаційну привабливість готельного сектору міста Луцьк. Лідер рейтингу за рівнем задоволеності клієнтів – «Noble Boutique Hotel», а замикає рейтинг досліджуваних об'єктів готель «Power House Hotel», демонструючи найнижчий показник лояльності аудиторії.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин ціна на готельні послуги, тобто сума тих коштів, які споживач віддає за певні товари чи послуги, вважається найважливішим засобом реалізації маркетингової, фінансової та загальноекономічної стратегії розвитку діяльності підприємств і на національному, і на міжнародному готельному ринку [40].

Цінова політика являє собою встановлений порядок розрахунку ціни за послуги залежно від конкретних умов їх виконання. У зв'язку з тим, що в готельному бізнесі застосовано вільне ринкове ціноутворення, кожне готельне підприємство розробляє свої правила призначення певної цінової політики [49].

За допомогою даних сайту Booking.com [5] було проведено аналіз цінової політики 12 найбільших готелів Луцька. Результати аналізу показано в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Цінова політика готелів міста Луцьк за категоріями номерів, грн

Готель	Стандарт одномісний	Стандарт двомісний	Покращений стандарт	Напівлюкс	Люкс	Середня ціна номерного фонду

Noble Boutique Hotel	2160	2740	3840	5760	8550	4610
Mojo Boutique Hotel	-	2300	2700	3000	4900	3225
Rhombus Hotel	1500	1650	1650	1750	2500	1810
Optima Collection River Park	1713	1913	2358	2623	3183	2358
Готель «Версаль»	-	1700	-	2000	3200	2300
Готель «Срібні Лелеки»	1400	1600	1800	1900	2700	1880
Готель «Україна»	1090	1760	2290	2790	3490	2284
Готель «Кедем»	900	1100	-	1300	1600	1225
Space Apart Hotel	-	2400	2700	2900	-	2666
Готель «Профспілковий»	-	1200	-	-	1400	1300
Готельно-ресторанний комплекс Makis	-	2400	-	2700	4700	3266
Ribas Rooms Lutsk	1825	2200	2450	-	2750	2306

Джерело: розроблено автором за даними сайту Booking.com.

За цими даними був проведений розрахунок та нижче представлена таблиця 2.3 ранжування готелів за ціновою політикою.

Таблиця 2.3

Розподіл готелів за середньою ціною

Групування готелів за середньою ціною, грн.	Кількість	% готелів
1225 – 1902	4 (Готель «Кедем», Готель «Профспілковий», Rhombus Hotel, Готель «Срібні Лелеки»)	33%
1902 – 2579	4 (Готель «Україна», Готель «Версаль», Ribas Rooms Lutsk, Optima Collection River Park)	33%
2579 – 3256	2 (Mojo Boutique Hotel, Space Apart Hotel)	16%
3256 – 3933	1 (Готельно-ресторанний комплекс Makis)	9%
3933 – 4610	1 (Noble Boutique Hotel)	9%
Загалом	12	100%

Джерело: розроблено автором за даними таблиці 2.2

Як видно з таблиці 2.3, розмах варіації досить великий (від 1225 до 4610 грн), що свідчить про орієнтацію готелів Луцька на різні категорії споживачів та їхні фінансові можливості і, зрештою, запити [40].

З проведеного дослідження можна зробити висновок, що більше як половина готельних підприємств, а саме 66 %, припадає на середню ціну проживання в межах від 1225 до 2579 грн, а найменше готелів припадає на середню вартість номерів у межах від 3256 до 4610 грн. Такі результати свідчать про те, що кожен готель має свою цільову аудиторію, підтвердженням чого і є категорії та вартість номерів.

Серед закладів бюджетного розміщення, за даними сайту бронювання Planet of Hotels.com [15], в місті Луцьк пропонують 6 закладів хостельного типу.

Найпопулярнішим є арт-хостел «Адреналін», який знаходиться на окраїні міста. Це затишний простір на 101 місце, який приємно приваблює відвідувачів не лише комфортом і помірними цінами, але й цікавою концепцією: «Ти живеш у контексті музею»! Для цього в кожній кімнаті, коридорах, холі виставлено

оригінальні полотна сучасних українських художників. Окрім мистецької атмосфери, в арт-хостелі «Адреналін» є й затишна кухня з необхідним побутовим обладнанням: мікрохвильова піч, мультиварка, холодильник, а також тарілки, чашки, дрібне начиння. Також можна скористатися послугами пральні. Комфортно себе почувати допоможуть цілодобовий гарячий душ, Wi-Fi, а в холодну пору року – теплі підлоги в кожній із кімнат. Окрім комфортного проживання, арт-хостел «Адреналін» пропонує цілу низку послуг для змістовного дозвілля в культурно-розважальному центрі «Адреналін Сіті» [26].

За даними сайту бронювання Planet of Hotels.com [15] було проведено аналіз показників якості та середньої вартості перебування в хостелах міста Луцька. Результати аналізу представлено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Оцінка критеріїв якості та середньої вартості в хостелах Луцька

Хостели	Розташування, балів	Ціна/якість, балів	Зручності, балів	Комфорт, балів	Персонал, балів	Чистота, балів	Середня вартість у грн.
Арт-хостел «Адреналін»	8,6	9,4	9,3	9,4	9,6	9,4	266 грн.
Хостел «Парасолька»	8,3	8,6	7,6	7,9	8,3	8,0	148 грн.
Хостел «Lutsk G84»	8,4	9,1	8,7	8,7	9,0	8,8	296 грн.
Хостел «Друзі»	8,8	6,3	6,3	3,8	6,3	3,8	194 грн.
Хостел «Затишок»	10	10	10	10	10	10	157 грн.
Хостел «Sofa»	7,5	5,0	5,0	5,0	2,5	5,0	206 грн.

Джерело: розроблено автором за даними сайту бронювання Planet of Hotels.com.

Водночас треба зауважити, що аналіз перших трьох хостелів відбувався на основі близько 200 відгуків, а оцінки інших закладів цього типу базовані на невеликій кількості відгуків (до 10), отже, оцінювання можна вважати невідповідним. Для перевірки актуальності інформації про роботу хостелів

зроблено було телефонні дзвінки; у такий спосіб вияснено, що хостели «Друзі» та «Sofa» закриті, тобто дані на сайті Planet of Hotels.com [15] не актуальні.

Отже, проведений аналіз засвідчив, що в місті Луцьку активно функціонують лише 4 хостели; їхня цінова політика коливається в межах 100 грн. Арт-хостел «Адреналін» – найкращий варіант для бюджетного перебування.

За даними виконавчого комітету Луцької міської ради, Луцьк у своїх готелях може прийняти більше як 1200 осіб, зокрема 1130 осіб – у 23 сучасних готелях та 189 осіб – у 4 хостелах, які задовольняють потреби бюджетних туристів [53]. За даними всіх закладів розміщення готельного та хостельного типу було розроблено таблицю (Додаток А), де вказано адресу, номерний фонд, кількість місць та вебсайт усіх готелів та хостелів, які досі працюють.

Заклади апартаментного типу, за даними сайту Booking.com [5], представлені переважно в центральній частині міста; у віддалених районах такий тип розміщення відсутній (Додаток Б). Апартаменти представлені здебільшого в новобудовах та елітних ЖК. Водночас і в старіших будівлях наявні апартаменти з більш бюджетною вартістю. Вартість цього типу розміщення коливається в межах від 800 до 3000 гривень за добу.

Отже, на основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що станом на 2026 рік інфраструктура закладів розміщення міста Луцьк – розвинений та диференційований складник туристичної дестинації, який орієнтований на різні категорії туристів та здатен задовільнити їхнє комфортне перебування. Різноманітні апартаменти, готелі та хостели, а головне – їхні якість та цінова варіативність формують міцний фундамент конкурентоспроможної дестинації.

2.2 Підприємства ресторанного господарства

Заклади харчування так само, як і заклади розміщення, – невід’ємна частина туристичної інфраструктури. Гастрономічний складник дуже важливий для формування позитивного туристичного досвіду; його справедливо вважають вагомим чинником конкурентоздатності туристичної дестинації. Галузь

ресторанне господарство має стратегічне значення, тому що від рівня та якості наданих послуг залежить ступінь задоволеності гостей, тривалість їхнього перебування в місті тощо.

Ринок закладів харчування в місті Луцьку характеризується динамічністю, а також різноманітністю реалізованих концепцій. Подібно до закладів розміщення, де представлено широку варіацію від бутиків-готелів до хостелів, ресторанна мережа Луцька так само об'єднує заклади рідних форматів: від класичних ресторанів та спеціалізованих етнозакладів до мереж кав'ярень та закладів швидкого харчування.

Дослідження закладів харчування дозволяють провести регіональні та локальні вебсайти. Наприклад, за даними сайту List.in.ua [11], в місті Луцьку знаходиться 241 заклад громадського харчування, зокрема 27 ресторанів, 140 кафе, барів та кафетеріїв, 34 піцерії, 21 суши-ресторан та 19 закладів швидкого харчування.

Користуючись даними сайту Lutsk-online.com [12], можна отримати відомості, що в Луцьку знаходиться 117 закладів харчування, які поділено за наступною класифікацією сайту: кав'ярні – 20, ресторани – 23, кафе та бари – 35, паби – 14, клуби – 8, піцерії – 17.

За даними сайту Tomato.ua [20], в Луцьку наявні 111 закладів харчування, які поділено на такі типи: піцерії – 11, ресторани – 37, кав'ярні – 5, бари – 4, кафе – 44, кондитерські – 2, онлайн-ресторани – 2, паби – 5, кальянні – 1.

Після аналізу даних трьох вебресурсів варто зауважити, що на кожному з цих сайтів вказано невідповідну інформацію про час роботи, навіть відомості про функціонування закладів указано з багатьма неточностями, тому що станом на зараз частина з описаних на сайтах закладів насправді вже не працює взагалі.

За офіційними даними Луцької міської ради [54], у місті відкрито 295 об'єктів ресторанного господарства. Детальної інформації щодо розподілу на категорії та інших додаткових відомостей про заклади харчування на сайті не вказано.

Для подальшого пошуку комплексної інформації та забезпечення достовірних і актуальних даних про заклади харчування було проведено аналіз сайту місцевого центру туристичної інформації visitlutsk.com [87]. Для гостей міста туристичний сайт рекомендує 57 об'єктів ресторанного господарства, які розподілено на такі категорії: 19 ресторанів, 6 піцерій, 17 кафе та кав'ярень, 8 пабів і барів та 7 фастфуд-закладів.

Було проведено дослідження ресторанів національної кухні, а саме гастрогалереї «Корона Вітовта», трапезної «Підземелля», ресторану «Курінь» та ресторану «ХлібСіль». Проаналізовано послуги, які надають у цих закладах, та оцінки на Google Maps [9]. Отримані результати наведено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Ресторани національної кухні міста Луцьк

Назва	Вид кухні	Послуги	Оцінка на Google Maps
«Корона Вітовта»	українська, європейська	Бенкетний зал, бізнес-ланч, дитяче меню, вегетеріанське меню, сніданки, доставка, жива музика, літня веранда, парковка, можливість виїзних бенкетів, Wi-Fi.	4,7
«Підземелля»	українська	Доступне бронювання, організація свят, підходить для дітей, доставка, без паркувального майданчика	4,5
«Курінь»	українська, європейська	Доступність для людей із обмеженими можливостями, літній майданчик, доставка, дитяче меню, парковка, Wi-Fi.	4,7

«ХлібСіль»	українська, європейська	Доступність для людей із обмеженими можливостями, доставка, літній майданчик, вегетеріанське меню, парковка, Wi-Fi	4,6
------------	----------------------------	--	-----

Джерело: розроблено автором за даними Google Maps

За даними аналізу оцінок ресторанів української кухні, лідирують гастрогалерея «Корона Вітовта» та ресторан «Курінь». «Корона Вітовта» позиціонує себе як ресторан для справжніх королів, знаходиться під мурами середньовічного замку. Меню вдало поєднує класичну європейську і старосвітську кухню, а це дозволяє відвідувачам повністю відчувати себе в королівській атмосфері. Особливого затишку закладу додає камін. Вечори перетворюються на прекрасні теплі моменти, які гості з охотою зберігають у спогадах і фотографіях[3]. Серед фірмових страв варто відмітити: оленина по-вітовськи, фірмові м'ясні тарілки з додаванням дикого м'яса, запечена свинина або яловичина під соусом із лісових ягід, паштети з дичини, волинські соління та мариновані гриби; а серед напоїв – фірмові настоянки (хріновуха, журавлинівка) та домашні морси.

Ресторан «Курінь» – ще один найкращий заклад української кухні, який знаходиться неподалік залізничного вокзалу. Тут дбайливо розвивають традиції української гостинності, створюють відчуття тепла, затишку, яким сповна насолоджується кожен відвідувач ресторану. Рецепти української народної кухні та апетитні аромати підкреслюють українську гостинність, а приємна атмосфера, досвідчений і приємний персонал, національна музика роблять відпочинок незабутнім [87]. Серед оригінальних страв ресторан пропонує: мазурики по волинськи, картопля по-курінівськи, млинці по-курінівськи, деруни зі смаженою, вареники з м'ясом, грибна юшка з домашньою локшиною.

У самому центрі Луцька для гостей порівняно недавно відкрито ресторан «Підземелля». Він локалізований у підвалах, які давніше були монастирськими підземеллями. Заклад декларує, що намагається максимально

точно передати автентичну атмосферу луцького середньовіччя. У приміщеннях збережено старовинну цегляну ліпку. Директорка трапезної Ольга Куц зауважила, що основний акцент зроблено на з'їзд європейських монархів, що відбувався в Луцьку 1429 року. У закладі пропонують страви стародавньої української кухні: у меню – червоний борщ з вишнями та грушами, селера з вершками і насінням голубого маку, волинські токмачі та ін. Весь посуд, як і в середньовіччі, глиняний [82].

«ХлібСіль» – ресторація української кухні, яка розташована в одному зі спальних районів міста; заклад гарантує, що втілює все найкраще і найсмачніше, що є сьогодні в Україні. У «ХлібСіль» можна чути лише українські хіти; там немає зайвого етнографізму (шароварів, червоних маків та жупанів), проте відчутно культуру, особливий стиль, гостинність і цілком сучасний погляд на національні традиції [4]. У закладі пропонують такі страви української кухні: червоний борщ з пампушками, пательні (пательня зі свинини, пательня куряча з грибами), свинячі щоки у вині, вареники з вишнею та інше; серед напоїв пропонують – фірмовий коктейль «Тарас Шевченко», настоянки та вина.

Серед інших ресторанів в Луцьку представлено заклади різних кухонь світу, як-от: італійської, французької, грузинської, болгарської, балканської та японської. Практично всі ресторани міста – індивідуальні; серед мережевих підприємств ресторанного господарства є закусочна «Пузата хата», а нещодавно відкрито ще один мережевий заклад – рибний ресторан «Чорноморка», який запрацював 23 травня 2025 року (мережа має ще 26 закладів в Україні). Гості можуть скуштувати страви з мідій, лосося, креветок та устриць, на кожную з категорій можна придбати спеціальну підписку, яка буде зменшувати вартість страви з певного морепродукту. Її можна оформити на місяць, півріччя і рік, вартість складатиме 450, 2 200 і 3 800 грн відповідно [23].

Аналіз ресторанного господарства з категорії піцерії, за даними сайту центру туристичної інформації, показав, що гостям міста пропонують 6 таких закладів, де можна посмакувати цією та іншими стравами італійської кухні. Мова йде про піцерію «Беніссімо», піцерію-кав'ярню «Scorini.Сімейна», піцерію

«Теревені», піцерію «Solo», піцерії «Фелічіта» та «Дядя Pizza». Найкращим закладом, за даними Google Maps [5], лучани та гості міста вважають піцерію «Фелічіта» з найвищою оцінкою 4,6 балів. «Фелічіта» – заклад власне італійської кухні, без додаткових страв, наприклад, із японської кухні, на відміну від інших закладів, де основна кухня – італійська, проте пропонують страви й інших ареалів. Пропонують такі піци: феліче, леонардо, чезаре, барбекю, кальцоне, прошуто; а до Великодня в меню є традиційний італійський Панатоне.

Із власного досвіду, як людина, яка донедавна проживала в місті та була в усіх цих закладах, відзначу, що найсмачніші страви пропонує піцерія «Solo», а саме: solo (соло), барбекю, прошутто, салмоне тенеро, маре верде та інші.

Заклади з категорії кафе та кав'ярні найпоширеніші в місті. У кожному куточку Луцька розміщено заклад, де можна посмакувати ароматною кавою за прийнятною для кожного ціною. Нині ціни на каву в Луцьку перебувають у діапазоні від 45 гривень за класичне еспreso до 115 гривень за велике капучино. Вартість залежить не лише від закладу, а й від того, які зерна використовують, яке молоко додають, який об'єм обирає клієнт та де саме розташовано кав'ярню [75].

Інформацію щодо найкращих кафе та кав'ярень міста, які варто відвідати, подає медіасторінка «Волинська служба новин». Серед них можна виокремити такі заклади.

Кав'ярня «IDEALIST COFFEE CO» розташована в самому центрі міста. Тут пропонують каву спешелті власного обсмаження. Тут можна спробувати еспreso за 45 грн, класичні кавові напої, освіжаючі коктейлі та популярну комбучу. У меню – великий асортимент авторських десертів, сніданків, бранчів, а також вегетаріанські страви [34].

«Good morning». Ця мережа кав'ярень, яка складається з 13 закладів розташованих по всьому місту. Відвідувачам пропонують фірмові вафлі з великим вибором начинок, корисні та смачні сніданки, а також великий асортимент чаю. Класичне еспreso тут коштує 40 грн. Особливість закладу –

можливість скуштувати каву з власним дизайном. Для дітей на кожній локації облаштовано ігрову зону [34].

«Promenade». Цей заклад – pet-friendly простір, де можна прийти зі своїм домашнім улюбленцем та купити смаколиків і для нього. Знаходиться це кафе на головному вході у центральний. Особливу атмосферу цього місця створює жива музика, яку можна почути під час заходів, а також прекрасний інтер'єр, який підходить для фото. Для тих, хто любить випити горнятко кави з книжкою в руках, організовано книжкову полицку. Є також тераса для виступів [34].

«Marmelad cafe». Заклад знаходиться на пішохідній вулиці в центрі міста. Кафе позиціонує себе як унікальне місце, де можна не тільки насолодитися кавою, але й попрацювати. Атмосфера сприяє продуктивній роботі; також тут є різні карткові ігри для відпочинку з друзями, книги. У меню – десерти та напої на будь-який смак. Еспreso коштує 36 грн; тут також готують смачні торти на замовлення – для свят, особливих подій [34].

«Золотий дукат». Цю кав'ярню в центрі варто відвідувати, бо вона насичена історією; тут відтворено атмосферу старих часів через давні рецепти та фірмові напої. Каву «Моцна» (еспресо, американо, ристрето) можна придбати за 95 грн. Ціни тут вищі порівняно з іншими закладами, проте атмосфера справді гарна. Особливого шарму закладу додає підземелля, де можна посидіти та скуштувати фірмову каву «Гаряча смола» з тістечком «Розалінка» [34].

Інформаційний туристичний центр Луцька пропонує ряд популярних барів та пабів, де можна гарно провести вечір, скуштувати напої та насолодитися атмосферою, а саме: бар «Культ», «Bar 11», «Білий Налив», бар «Земан», «Карабас Барабас», «Лучеськ-паб», паб «Oldskull» та пивний клуб «Оболонь» (кораблик) [87].

Гарне місце для проведення часу – «SkyBar Family». Це атмосферний коктейль-бар із найвищою терасою Луцька, затишний лаунж із вражаючою панорамою, авторськими коктейлями, димними кальянами та якісною музикою [19].

Сегмент ресторанів швидкого харчування (fast-food) у Луцьку представлений мережею як місцевих закладів («Gabar», «Кебабці» або ж «Lafa»), так і відомих мережових ресторанів швидкого харчування («McDonald's»). Асортимент цих закладів базовано на класичних стандартах fast-food (кебаби, бургери, хот-доги, гарніри), що дозволяє швидко та доступно скористатись такими послугами в місті, як і будь-де у світі.

Важлива технологічна особливість усіх категорій закладів харчування – інтеграція з відомими логістичними сервісами доставки їжі, зокрема Glovo [8], який працює з переважною більшістю закладів харчування в місті. Це забезпечує високий рівень доступності послуг для різних категорій споживачів (студентів, іншої молоді, туристів), дозволяє оптимізувати споживчий досвід тим, хто обмежує відвідування стаціонарних закладів.

Детальніше про заклади харчування, які пропонує Центр туристичної інформації в місті Луцьку [87], їхні адреси, графіки роботи та вебсторінки можна прочитати в Додатку В.

Отже, на основі проведеного аналізу закладів харчування Луцька можна зробити висновок, що сфера ресторанного господарства – цілком сформований та конкурентоздатний складник туристичної інфраструктури міста. Вона представлена широкою мережею об'єктів різних категорій: від закладів швидкого харчування та кафе до унікальних і атмосферних закладів в історичних місцях, де можна відчувати автентичність і набути унікального туристичного досвіду. Кожен відвідуваний туристом заклад безпосередньо впливає на його задоволеність та тривалість перебування в туристичній дестинації.

2.3 Індустрія дозвілля

Туристичні атракції вважають чи не головним складником туризму кожної дестинації, адже саме вони є основним чинником формування туристичного попиту та головною метою для реалізації подорожі. Активний потенціал міста Луцька формують історико-культурна спадщина, унікальні архітектурні

ансамблі та сучасні інтерактивні об'єкти, які формують цілісний та конкурентоздатний туристичний продукт.

Луцьк – одне з найдавніших міст Волині й України – має потужний ресурс для пізнавального, подієвого та релігійного туризму. Центральний осередок концентрації туристичного інтересу – Державний історико-культурний заповідник «Старе місто», який було засновано 1985 року. Він займає порівняно невелику площу (близько 41 га), водночас на цьому просторі можна побачити й оцінити багато стародавніх пам'яток, серед яких 52 – перебувають під державною охороною, а з них 39 – мають національне значення [47].

Домінанта архітектурного ландшафту та візуальний символ дестинації – середньовічний Луцький замок. 2011 року він посів перше місце у Всеукраїнському конкурсі «Сім чудес України: замки, палаци, фортеці» в категорії «Замки». Більшість українців знайома з ним завдяки зображенню на 200-гривневій купюрі. Замок має три високі прямокутні вежі: В'їзну, Стирову та Владичу [54].

У В'їзній вежі розміщено виставку «Плитниця»; там зібрано будівельні матеріали, відшукані під час археологічних досліджень, зокрема цеглу, плитку, кахлі, черепицю. Зверху на вежі організовано оглядовий майданчик, а з нього відкривається чудовий краєвид, зокрема можливість бачити всі пам'ятки Старого міста. Відвідування В'їзної вежі можливе лише з екскурсією, яку можна замовити в касі при вході на територію замку. Інший туристичний маршрут локалізовано під землею; йдеться про фундамент церкви Іоанна Богослова (XII ст.) – найдавнішої православної святині Луцька, яку було збудовано на замковому подвір'ї [54].

У Владичій вежі відкрито єдиний в Україні музей дзвонів. Там розміщено понад 90 дзвонів, виготовлених ще у XVII ст. – на початку XX ст. Найдавнішому експонату невдовзі виповниться 360 років. Багато дзвонів саме в цьому музеї пережили важкі радянські часи, коли влада боролася з релігією і храмами. Частина цих експонатів пізніше повернули в храми, звідки їх було вилучено [52].

Тим, хто любить величні і загадкові місця, варто відвідати кафедральний костел Святих апостолів Петра і Павла; він височить якраз навпроти Луцького замку. Ця цікава архітектурна пам'ятка входить до найцінніших католицьких святинь волинського краю. У костелі можна побачити багато старовинних скульптур, колон та давніх ікон. Під цією будівлею знаходяться чотири підземелля, два із яких відкриті для відвідувачів. Там можна побачити каплицю зі стародавніми розписами, кілька усипальниць із людськими рештками, колодязь, куди за традицією всі туристи кидають монетки. В одній залі знаходиться склеп молодої жінки – лучанки на ім'я Магдалена. Згідно з місцевою легендою, її привид час від часу бродить цими підземеллями [59].

Колись до Верхнього замку прилягав учетверо більший Нижній (Окольний) замок, проте від нього донині збережено лише фрагмент оборонної стіни й одну башту. Нижній замок збудували у XIV–XV ст. для посилення обороноздатності Верхнього замку з півдня й заходу. Оборонна система Окольного замку включала «мокрий рів» (через нього було перекинуто підйомний міст), дерев'яні та кам'яні стіни і башти. Територію, яку оточили стінами Нижнього замку, щільно забудували княжими і шляхетськими будинками, оселями духовних осіб, будинками для слуг [28].

На території, де збережено й відновлено фрагменти Окольного замку, 2023 року відкрили музейний простір «Окольний замок» – новий туристичний об'єкт, який організували на основі відреставрованих пам'яток архітектури національного значення: Вежі князів Чорторийських, частини оборонного муру та Монастиря єзуїтів із його підземеллями. Вежа Чорторийських – одна з чотирьох мурованих веж Нижнього замку, єдина збережена донині вежа великого луцького замкового комплексу. Вона значно розширює уявлення про саме поняття «Луцький замок», адже додає до сучасного стереотипного його бачення усвідомлення значно більшої території, величі та історичної перспективи.

Окраса нового музейного простору «Окольний замок» – розчищені та добре підготовлені для відвідувань луцькі підземелля. У них організували

креативний музейний простір, що включає 18 кімнат і 4 коридори. Там, зокрема, розміщено Галерею лицарства, експозицію, що представляє освітній процес у єзуїтському колегіумі, мультимедійну систему з інтерактивним смарт-табло та шоломами віртуальної реальності, силіконову фігуру монаха-єзуїта, голограму жінки-привида. Цей музейний простір пропонує туристам аудіогід, яким можна скористатись, якщо завантажити додаток *izi.TRAVEL* [63].

Ще одна цікава будівля в Старому місті неподалік замку – неоготична лютеранська кірха, свідчення про німецьку колонізацію Волині в XIX–XX століттях. Раніше це була культова споруда й центр місцевої лютеранської громади; зараз же в приміщенні кірхи – церква євангельських християн-баптистів.

Лютеранську кірху збудували у 1905–1907 роках на місці зруйнованого костелу Діви Марії, що належав до ордену кармелітів (1845 року костел зруйнувала масштабна пожежа, одна з найбільших за всю історію Луцька). У дворі кірхи стоїть знак пам'яті про волинських німців, яких у 1915–1916 роках депортували на віддалені території Російської імперії. У роки Другої світової війни храм серйозно постраждав, а згодом його перебудували для потреб міського архіву [59].

У культурному просторі Луцька особливе зацікавлення туристів викликає будинок скульптора Миколи Голованя (він недалеко за кірхою на березі річки Стир). Загалом це об'єкт сучасної архітектури, водночас його творець і власник під час будівництва й оздоблення поєднав елементи готики, ренесансу та класицизму. Лучани часом називають його Будинком з химерами: на даху і фасаді цієї споруди та у дворі навколо неї розташовано майже 500 скульптур, які виконано в дуже різних стилях (від античності до бароко). У них можна впізнати різних персонажів: тварин, міфологічних істот, християнських святих, навіть рідних скульптора. Біля будинку організовано італійський дворик із кузнею [59]. Ця химерна пам'ятка – приклад сучасного оригінального авторського мистецтва, що суттєво доповнює візуальний код міста.

Серед історико-архітектурних пам'яток Старого міста до уваги туристів також будинок родини Косачів, де певний час проживала письменниця Леся Українка.

В історичній частині знаходяться також кілька монастирів, зокрема монастир бригідок, монастир шариток, монастир тринітаріїв, монастир домініканів. Усе це – монастирі католицьких орденів, які нині, на жаль, трохи занедбані, тому не надто привабливі для туристів (про ці пам'ятки мало конкретики знають навіть мешканці міста).

За даними Google Maps [9], проведено аналіз відстаней між головними туристичними локаціями Луцька (Луцький замок, кафедральний костел Петра і Павла, Окольний замок, лютеранська кірха та будинок Голованя). Аналіз показав, що всі ці туристичні місця знаходяться в пішій доступності в межах 1 кілометра (Додаток Г), що дуже зручно для відвідувачів.

Серед культових споруд Старого міста варто відвідати також церкву Покрови Пресвятої Богородиці та Хрестовоздвиженську церкву. Головна ж святиня Луцька – Свято-Троїцький кафедральний собор – у центрі міста на Театральному майдані.

Центральна магістраль Луцька – проспект Волі, де локалізовано відомі пам'ятки різних епох: від барокового монастиря бернардинів до головного корпусу Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Особливість монументального мистецтва центру міста – своєрідний «парадокс локацій»: пам'ятник Тарасу Шевченку розміщено перед університетом Лесі Українки, а пам'ятник Лесі Українці – перед обласним музично-драматичним театром імені Тараса Шевченка; це створює цікаву інтригу для екскурсій.

Від Театрального майдану в бік Старого міста лежить головна пішохідна вулиця Луцька – вулиця Лесі Українки; на ній під час прогулянки можна побачити і послухати тамтешніх музикантів, посмакувати місцевими стравами і напоями в кафе, ресторанах і кав'ярнях.

Нижче на цій пішохідній вулиці за адресою вулиця Сенаторки Левчанівської, 2 знаходиться Центр туристичної інформації міста Луцьк. Під час відвідин цієї установи та в процесі спілкування з менеджером, екскурсоводом Вікторією Монастирною вдалося з'ясувати, що центр пропонує екскурсії і українською, і кількома іноземними мовами (англійською, німецькою, польською, італійською); працівники центру можуть організувати і провести екскурсію навіть для однієї особи, а ще підкажуть, де можна смачно поїсти, допоможуть забронювати житло, порадять найкращі готелі. Туристичний центр також пропонує гостям Луцька паперову карту центральної та історичної частин міста. На ній позначено всі туристичні місця; також карту можна завантажити в електронному варіанті, зісканувавши QR код (водночас електронна карта, на жаль, доступна тільки у форматі PDF-файлу, а за ним дуже непросто зорієнтуватися, щоб потрапити до бажаної локації). У туристичному центрі також пропонують сувенірну продукцію, яку можна придбати собі на згадку про відвідини Луцька.

За інформацією сайту Центру туристичної інформації [87] розроблено таблицю 2.6, де представлено популярні історико-архітектурні місця з адресами, графіком роботи та вартістю відвідування.

Таблиця 2.6

Туристичні атракції Старого міста

Назва	Адрес	Графік роботи	Вартість
Луцький замок	вул. Кафедральна, 1а	Щодня 10:00-19:00 – літній період, 10:00-17:00 – зимовий період	Для дорослих – 100 грн; для дітей, студентів, пенсіонерів – 50 грн.
Костел Петра та Павла	вул. Кафедральна, 6	Щодня 10:00-19:00	Вхід вільний

Підземелля костелу Петра і Павла	вул. Кафедральна, 6	Екскурсії щоденно о 10:00, 12:00, 14:00, 16:00.	до 5 осіб – 500 грн; від 5 до 30 осіб – 100 грн/дорослий, 50 грн – дитячий, студентський, пенсійний
Вежа князів Чорторийських	вул. Кафедральна, 6	Щоденно: 10:00 – 19:00 в літній період; 10:00 – 18:00 в зимовий період.	Вхід вільний
Музейний простір «Окольний замок»	вул. Кафедральна, 6	Щодня: 10:00 – 19:00 в літній період; 10:00 – 18:00 в зимовий період.	Вхід 150 грн. для дорослих, 80 грн. для дітей та пенсіонерів. З гідом: до 5 осіб – 500 грн, від 6 до 10 осіб – 800 грн, від 11 до 20 осіб – 1200 грн, від 21 до 30 осіб – 1800 грн. Екскурсія віртуальною реальністю – 100 грн.
Лютеранська кірха	вул. Караїмська, 16	Пн-Пт 17:30 – 19:30 Сб – зачинено Нд – 09:30-19:30	Вхід вільний
Будинок Голованя	вул. Лютеранська, 9	Цілодобово	Вхід вільний

Джерело: розроблено згідно з даними центру туристичної інформації

Для відвідин музею дзвонів, який розташований на подвір'ї Луцького замку, потрібно просто придбати вхідний квиток на територію замку. Окрім того,

у вартість такого квитка входить відвідування на території Луцького замку ще й музею книги, який розміщено в будинку колишньої повітової скарбниці (його було споруджено 1807 року). В експозиції музею представлено книги XVII–XX століть. Гордістю музею вважають Службове Євангеліє, видане у Львові 1644 року, та двотомний «Требник» митрополита Петра Могили, виданий 1646 року [87]. Для того, щоб відвідати археологічні розкопки церкви Святого Івана Богослова, потрібно додатково замовити й оплатити екскурсію, вартість якої становить 500 грн для групи з до 10 осіб або 50 грн з особи, якщо кількість відвідувачів – від 10 до 25. Якщо оплатити оглядову екскурсію Луцьким замком за 500 грн для групи до 5 осіб, то можна піднятися на В’їзну вежу, висота якої – 28 метрів, та побачити гарний панорамний вид на Старе місто.

З території Старого міста можна потрапити до Центрального парку культури та відпочинку імені Лесі Українки. Його площа становить 60 гектарів. Парк розміщений біля річки Стир убік від вулиці Глушець (фактично між старим і новим центрами Луцька). Відвідувачі можуть бачити такі об’єкти дозвілля: тематично оформлені алеї («Алея парасольок», «Алея ліхтарів», «Алея казок» зі скульптурами Миколи Голованя), територію розваг «Луцький парк атракціонів», Луцький зоопарк, Орнітологічний заповідник «Пташиний гай», Луцький іподром, дитяче містечко «Диво», дамбу вздовж річки Стир (по ній пролягає пішохідно-велосипедна доріжка), пляж і причал на березі річки, спортивну школу «Спартак», комплекс «Луцька Венеція» з кав’ярнею на воді та прокатом човнів (ними можна рухатися по каналах парку) [88].

Інший парк – Парк культури і відпочинку імені 900-річчя Луцька – це майже 19 га зеленого масиву посеред найбільшого житлового району міста. У парку розміщено набагато менше об’єктів дозвілля, ніж у центральний парку Луцька, але територію підтримують комунальники, громадські активісти та просто небайдужі мешканці Луцька, зокрема школярі. Дуже затишно й гарно в парку навесні і влітку, коли можна відвідати навіть пляж, який розташований над річкою Сапалаївкою (у ній не купаються через санітарні норми, водночас тут можна чудово відпочити, порибалити, позасмагати). Тут же відбуваються

музично-розважальні заходи, бувають насичені програми, ігри та святкування [52].

Ще одним рекреаційним місцем для лучан та гостей є «City Park» – особливий куточок недалеко від центру міста, який цінують і люблять за чистоту, багатофункціональність та комфорт. Цей рекреаційний комплекс, як зауважують його розробники, – гарне місце для розвитку, натхнення та творчості. Тут можна створити собі ідеальні умови, щоб попрацювати, вдосконалити тіло, гарно відпочити з сім'єю чи друзями [6]. Серед навігаційних комунікацій на сайті доступна карта з описом всіх доступних відвідувачам локацій парку.

Згідно з даними Луцької міської ради [54], на території міста знаходиться 7 парків, загальною площею 135,86 га, наприклад: Лугопарк на вул. Набережній, Парк на вул. Конякіна-вул. Гордіюк, Парк по вул. Боженка, Парк Героїв Майдану та Небесного Легіону на вул. Кравчука за будівлею РАЦС; 1 ботанічний сад, площа якого становить 10,03 га. Також в Луцьку знаходиться 33 сквери загальною площею 16,52 га, наприклад: сквер «Зоряний» на вул. Лесі Українки, 24а, сквер генерала Алмазова на просп. Волі, 24, сквер біля дитячої поліклініки на просп. Волі, 7.

Центр туристичної інформації міста Луцька [87] пропонує для відвідування 18 музеїв. Їх можна класифікувати за кількома профілями, як-от: історичний (Волинський краєзнавчий музей, музей Волинської ікони, Волинський регіональний музей українського війська та військової техніки); музеї мистецтва (Художній музей, Музей сучасного українського мистецтва Корсаків, галерея мистецтв Волинської організації національної спілки художників України); науково-технічні (Музей технічного прогресу). Список музеїв, які пропонує для відвідувачів Центр туристичної інформації, представлено в додатку Д.

Варто радити гостям Луцька обов'язково відвідувати Музей сучасного українського мистецтва Корсаків, який розташовано на околиці Луцька на території культурно-розважального центру «Адреналін Сіті». Музей Корсаків створено для пропагування українського мистецтва в Україні та у світі шляхом

презентації яскравих творчих здобутків художньої культури ХХ століття. Фундатором та натхненником першого в Україні Музею сучасного українського мистецтва, який вартий світового визнання, стала родина Корсаків, які є відомими меценатами, підприємцями та культурними діячами з Луцька. Загальна площа першої черги музейного комплексу становить близько 12500 кв. м. Музей включає 15 залів і розміщений на 4 поверхах. Там представлено роботи більше як 300 відомих художників (більше як 800 арт-об'єктів: живопис, графіка, скульптура, інсталяція, відео-арт). Зібрана колекція експонує твори мистецтва найкращих українських авторів ХХ–ХХІ століть [62]. Крім того, на території музею розгорнуто найбільшу живописну картину – «Космогонія» (її площа складає 2000 кв. м; для створення цього полотна в автора Петра Антипи пішло майже 18 місяців).

У межах території культурно-розважального центру «Адреналін Сіті» для відвідувачів відкрито ще й музей науки і техніки та промислового дизайну. Тут представлено розвиток науки й технологій від найпростіших пристосувань первісного часу і до сучасних гаджетів. Експозицію оформлено на 18 кафедрах: музичній, архітектури та дизайну, світло-оптичній, фізико-хімічній, військовій, медичній, геймінгу, історії технічного прогресу, фізики та механіки й ін. Музей промислового дизайну представляє зразки продукції масового виробництва на перетині мистецтва і техніки. Зокрема, можна побачити колекції годинників, фотоапаратів, радіотехніки, грамофонів, магнітофонів, телефонів, комп'ютерів. Серед цікавинок – секція 3D-пазлів від відомого українського виробника іграшок UGEARS. Усі експонати в музеї можна торкати для більшого ознайомлення [21].

Сучасний туристичний продукт Луцька доповнюють багатофункціональні торговельно-розважальні центри, які ще давніше зазнали трансформації від об'єктів суто торгівлі до повноцінних локацій для дозвілля. Вони відіграють роль «вторинних атракцій», які забезпечують комплексність обслуговування гостей, дозволяючи їм поєднувати шопінг, гастрономію та розваги.

На окраїні міста за адресом вул. Івана Корсака, 1 знаходиться вже згадуваний КРЦ «Адреналін Сіті» можна визнати прикладом унікальної

інтеграції розваг та мистецтва. Цей об'єкт винятковий у туристичному просторі міста, бо він виходить далеко за традиційні межі розважального комплексу. КРЦ поєднує в собі, окрім 2 музеїв, також арт-хостел, кінотеатр, активності для дітей та спортивні арени.

Неподалік від воклазу та автостанції розташований найбільшим торговельно-розважальним об'єктом регіону визнають ТРЦ «ПортCity», який приваблює гостей розвиненою зоною рекреації (дитячі центри, боулінг, кінотеатр), має понад 200 магазинів та 15 закладів харчування. Для туристів цей ТРЦ – важливий інфраструктурний вузол, де забезпечено високі стандарти сервісу, є доступ до світових брендів тощо.

У центральній частині міста знаходяться ЦУМ та РЦ «Промінь», які розташовані в пішій доступності від історичного центру; це вдало інтегрує ці заклади в туристичні маршрути, адже тут туристи можуть відпочити та відвідати панорамні заклади харчування).

Проведений аналіз туристичних атракцій Луцька дозволяє зробити деякі висновки й узагальнення. Луцьк має цінну сукупність об'єктів історико-культурної спадщини, які зосереджено переважно в межах Державного історико-культурного заповідника «Старе місто». Висока щільність пам'яток тут створює сприятливі умови для пізнавального туризму та формування коротких і насичених пішохідних маршрутів. Туристичний простір міста вдало поєднує класичні історико-культурні домінанти з інноваційними, креативними та науковими локаціями. Це дозволяє DESTINATION задовільнити потреби різних цільових аудиторій – від шанувальників історичної спадщини до тих, хто надає перевагу сучасному інтерактивному досвіду.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ІНТЕРАКТИВНОЇ КАРТИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА ЛУЦЬКА

3.1 Туристична привабливість міста

Туристичну привабливість міста Луцька вибудовано на органічному поєднанні статусу одного з найдавніших історико-адміністративних центрів заходу України і сучасних тенденцій розвитку креативних індустрій та інноваційної інфраструктури. Луцьк представляють туристам як багатогранний простір, де автентика середньовічної спадщини Старого міста гармонійно співіснує з інтерактивними музейними об'єктами та високими стандартами гостинності. Промоційним логотипом міста є фраза «Луцьк – приємне відкриття!»

Одна з найбільш знакових подій в історії Луцька – З'їзд європейських монархів 1429 року, масштабна дипломатична асамблея, яку ініціював великий князь литовський Вітовт за підтримки імператора Священної Римської імперії Сигізмунда. Організатори цього форуму мали за мету об'єднання зусиль європейських лідерів з огляду на тодішні стратегічні виклики, перед якими опинилася Центрально-Східна Європа (ідеться, наприклад, про потребу подолання османської експансії, гуситського руху тощо). Для Луцька ця подія мала характер дуже серйозного інфраструктурного виклику, адже кількість делегатів, які прибули до міста (а це близько 15 тисяч осіб), у декілька разів перевищувала тодішню чисельність самих лучан. Це підтверджує, що Луцьк тоді отримав статус одного з потужних адміністративних та політичних центрів Європи.

13 травня 2025 року на найвищому державному рівні Верховна Рада України ухвалила Постанову Про відзначення 600-річчя з'їзду монархів держав Європи у Луцьку [72].

З нагоди 600-річчя з'їзду європейських монархів, зокрема, запланували: організувати в закладах культури Києва, Луцька та інших населених пунктів

тематичні виставки, лекції, мистецькі конкурси, святкові концерти, присвячені цій історичній події; долучити до вивчення події науковців, організувати науково-практичні конференції, семінари, круглі столи та Міжнародний форум (виконавець – Волинський національний університет імені Лесі Українки); внести 600-річчя з'їзду монархів держав Європи в Луцьку до Календаря пам'ятних дат, які визнаватиме і ЮНЕСКО протягом 2028–2029 років; спорудити в Луцьку пам'ятний знак про цю подію; виготовити і ввести в обіг ювілейну монету, присвячену 600-річчю з'їзду монархів держав Європи в Луцьку (виконавець – Національний банк); видати серію поштових марок, присвячену 600-річчю з'їзду монархів держав Європи в Луцьку (виконавець – Укрпошта) [31].

Системна реалізація таких заходів здатна створити значний кумулятивний ефект на регіональному ринку туристичних послуг та в індустрії гостинності. Залучення численних відвідувачів із міжнародного та внутрішнього ринків (зокрема, з країн-партнерів) стимулюватиме попит на послуги засобів розміщення, об'єктів ресторанного господарства, музейних установ тощо. Актуалізація споживчого інтересу в сегментах сувенірної продукції та суміжних сервісів сприятиме зростанню доходів місцевих підприємців, а все це в сукупності здатне підвищити економічну стійкість та інвестиційну привабливість Луцька.

Ще одне важливе й актуальне завдання – широка промоція цієї події в Україні, а навіть і серед лучан, бо, на жаль, зовсім небагато жителів міста добре поінформовані про це історичне дійство. Популяризація в цьому контексті Луцька на національному і міжнародному рівнях зробить місто впізнаваним. А це не лише піднімає престиж, а й приваблює нові інвестиції, великі потоки туристів, що в підсумку може закріпити за Луцьком статус важливого міста на карті Європи.

Нинішній історико-архітектурний потенціал Луцька знаходить своє втілення в розвитку подієвого туризму. Архітектурні об'єкти стають тлом, декораціями для культурно-розважальних заходів, мистецьких подій тощо, а це

дозволяє дестинації конвертувати історичний зміст у сучасний туристичний продукт. Фестивальна діяльність не просто популяризує місто, але й створює мотивацію для повторних приїздів.

Один із найвідоміших розважальних фестивалів у Луцьку – Любарт-Фест, який започаткували 2020 року, а задумали як локальну подію для популяризації української культури і підтримки місцевих талантів. Задум Любарт-Фесту передбачав формування унікального простору, де були б органічно поєднані музика, народні ремесла та гастрономія. Спершу фестиваль організовували в історичному Луцькому замку, де особливий настрій забезпечувала середньовічна архітектура. У 2024 році подія зібрала понад 1000 відвідувачів за два дні. А вже в 2025 році фестиваль відвідало майже 5000 гостей (мабуть, популярність підвищили нова локація – територія іподрому в Центральному парку імені Лесі Українки та значно багатша програма). У соціальній мережі X користувачі підкреслюють, що Любарт-Фест у Луцьку став не просто розважальним, але й благодійним заходом: частину доходів організатори спрямовують на потреби ЗСУ [56].

Центральна культурно-літературна подія Луцька вже не один рік – Міжнародний літературний фестиваль «Фронтера». Захід організовують щороку на початку жовтня з гарною ідеєю налаштувати діалог між українськими та європейськими письменниками, культурними менеджерами, перекладачами, критиками, видавцями, журналістами, познайомити українців із найкращими зразками сучасної світової та вітчизняної літератури. У різних локаціях Луцька в дні фестивалю організовують три сцени – основну, молодіжну та дитячу. Тут виступають знакові автори не тільки з України; наприклад, у 2025 році були письменники з Іспанії, США, Колумбії, Великої Британії [22].

Головний розважально-гастрономічний фестиль – Lutsk Food Fest, який проводиться в травні кожного року, починаючи з 2015 року. Його в попередні роки організовували в Луцькому замку, де проходили кулінарні турніри, виставки їжі; місцеві кафе, ресторани представляли нові меню, а відомі шеф-кухарі на очах у всіх готували кулінарні шедеври. Усе дійство традиційно

доповнює розважальна програма; зазвичай відбуваються майстер-класи, конкурси, виступи творчих колективів, найкращих DJ міста тощо [45]. Згодом Lutsk Food Fest перемістили на територію розважального центру «Адреналін Сіті», а останній захід – на територію Луцького національного технічного університету.

Організатори фестивалю «Меч Луцького замку» позиціонують свій захід як традиційний середньовічний фестиваль історичної реконструкції. Його щороку організовують на території Луцького замку, щоб підкреслити важливе значення цієї споруди. Як правила, відбувається під час святкування Дня міста, в перші вихідні вересня. Програма фестивалю передбачає щорічний кубок України зі середньовічного бою «Середньовічний Лучеськ» (цей захід – відбірковий етап у національну збірну). У часи повномасштабної війни захід став благодійним: усі виручені кошти скеровують на підтримку воїнів-спортсменів [32].

Під час святкування Дня міста ще одна масштабна подія – велопробіг у вишиванках, до якого можуть долучитися всі охочі (немає жодних вікових обмежень). У програмі також сімейні розваги, наприклад, сімейний фестиваль «Луцьк Family Fest».

Також, кожного року до Дня міста, у вересні, в центрі міста на Театральному майдані відбувається фестиваль «Палітра культур», де жителі й гості міста можуть насолодитися атмосферою культурного розмаїття, смачними стравами, яскравими традиціями. Для активних лучан організовують квест «Наскільки добре ти знаєш своє місто», під час якого пропонують поринути в захопливу пригоду, що допомагає відчувати себе дослідником і перевірити знання про Луцьк, про різні цікаві факти, пов'язані з містом.

Загалом же розвиток фестивального сегменту туризму має в основі комплексну систему заходів, які стосуються основних галузей життєдіяльності міста. До них можна віднести: економічні, громадські, мистецькі, спортивні заходи, культурно-історичні театралізовані шоу [70]. За даними вказаного джерела, було розроблено таблицю 3.1.

Таблиця 3.1. Подієвий туризм Луцька

Вид події	Назви подій
Економічні (ярмарки, виставки, аукціони, економічні форуми)	Виставкові заходи Волинської торгово-промислової палати. Щорічна Міжнародна виставка-ярмарок «Волинь-Агро». Універсальна виставка «Осінній каприз». Загальноміські виставки творчих робіт: «Зимова фантазія» «Михайлівський ярмарок», «Волинь», «Сьогодення та перспективи», «Волинь сільськогосподарська»
Громадські заходи (гастрономічні фестивалі, фестивалі й виставки квітів)	Фестиваль ковальства та флористики «Солом'яна птаха». Виставки квітів. Свято «Медова квітка». Lutsk Food Fest
Мистецькі заходи (музичні, театральні фестивалі й конкурси, кінофестивалі, фольклорні обряди, свята й фестивалі)	Фестиваль «Поліське літо з фольклором». Фестиваль мистецтв «Пісні Великої Волині». Міжнародний джазовий фестиваль Art Jazz Cooperation. Музичний фестиваль «Стравінський Україна». «Музичні діалоги». Фестиваль «Бандерштат»

Культурно-історичні шоу	театралізовані «Ніч у Луцькому замку». Фестиваль середньовічної культури «Меч Луцького замку». «День вишиванки»
Спортивні	«Велодень». Байкер-шоу «Адреналін»

Джерело: складено автором за інформацією, поданою в [70].

Незважаючи на те, що повномасштабна війна внесла свої корективи і частину з перерахованих фестивалів зараз не проводять, усе ж можна вважати, що фестивальний туризм – перспективний вид туризму з серйозною базою та великим і невичерпним потенціалом для розвитку і популяризації міста.

Окрема риса привабливості Луцька – проєкт «Луцький кликун». Його можна розглядати як приклад створення малих архітектурних форм, що виконують функцію маркерів туристичного простору і сприяють формуванню візуальної впізнаваності туристичної дестинації. Ідея виникла ще у 2013 році. Її запозичили в польському Вроцлаві, де по всьому місту встановлено фігурки красноплюдків (гномів). Зараз у Луцьку налічують 20 фігур кликунів.

Образ кликуна сформувався в XV–XVII століттях. Кликуні – це люди, які сповіщали про новини, стежили за порядком та оголошували час із веж замку. Відродження цього образу дозволило актуалізувати історичну пам'ять у доступній і привабливій для масового туриста формі.

Кожна фігурка має свою назву, атрибути та легенду. Кликуні переважно розташовані в історичній та центральній частинах міста. Задум покликаний спонукати гостей міста до «квест-туризму» – шукання всіх фігур, а це продовжує час перебування туриста в дестинації, передбачає відвідування різних локацій тощо.

6 березня 2024 року до Дня кликуна запустили онлайн-карту з усіма скульптурами кликунів. Інтерактивну мапу створили на сервісі Карти Google, де позначили місце розташування 19 кликунів. На мапі розміщено не лише локації бронзових скульптур кликунів, але й інформацію про кожного з них з іменами та фотографіями [77]. Біля кожної фігурки в місті є QR-код, за яким міститься

інформація про кликуна, а нижче доступне посилання на онлайн-мапу кликунів (Додаток Е). Фото інтерактивної карти кликунів представлено в додатку Є, а онлайн-карту можна переглянути за посиланням [55] в списку використаних джерел.

Луцьк має ще один унікальний об'єкт, який визнано світовим рекордсменом, – найдовший житловий будинок у світі. Ця споруда представляє радянський архітектурний модернізм. Побудовано її в період від 1970 до 1980 року. Його ще називають «Будинок-вулик», адже сплановано його у формі бджолиних сот (Додаток Ж). Загальна протяжність будинку становить 2 775 метрів. Складається він із 5- та 9-поверхових частин. Загалом у будинку 120 під'їздів, де проживає понад 10 тисяч мешканців.

Станом на зараз будинок, на жаль, мало популярний та не надто привабливий для туристів. Проходячи повз нього, можна й не помітити, що поряд – найдовший будинок світу. Звісно, найкраще його розгледіти можна з висоти пташиного польоту, але для любителів прогулянок серед міських житлових масивів «Будинок-вулик» – гарний варіант для пізнання житлової частини міста.

Туристичну відвідуваність DESTINATION Луцька можна спостерігати в показниках надходжень туристичного збору до місцевого бюджету. Динаміка цих виплат – об'єктивна оцінка активності ринку засобів розміщення.

За даними управління туризму та промоції міста, за 2025 рік до міського бюджету надійшло 2 344 141 грн. туристичного збору [85]. Динаміка надходжень туристичного збору з 2022 по 2025 рр. представлена на Рис. 3.1.



Рисунок. 3.1 – Динаміка туристичного збору Луцької міської територіальної громади за 2022 – 2025 роки. Побудовано автором за даними управління туризму та промоції міста.

Аналіз даних показує, що кожного року туристичний збір у Луцьку зростає. Це свідчить про те, що дестинація стає більш популярною та кількість туристів збільшується.

Інформації у відкритих джерелах щодо загальної кількості туристів за 2025 рік немає. А на звернення на офіційну пошту управління туризму та промоції міста Луцьк надійшла відповідь, що обліку щодо загальної кількості туристів, які відвідують місто, не ведеться. Проте, у 2017 та 2019 році на замовлення управління туризму та промоції міста були проведені маркетингові дослідження. Завдяки проведеним дослідженням маркетинговою агенцією «fama» була зроблена оцінка кількості туристів, які відвідали Луцьк.

Згідно з даними дослідження, наближена оцінка кількості туристів м. Луцьк станом на 2019 рік – $302\,705 \pm 22\,613$ осіб; у 2017 році – $285\,846 \pm 18\,989$ осіб [53].

Саме ж управління щороку веде статистику кількість туристів з числа відвідувачів Луцького замку, музеїв міста та центру туристичної інформації.

Згідно з даними про продаж квитків, за 2025 рік Луцький замок відвідало 129 488 людей, що на 35% більше, ніж упродовж 2024 року.

За 2024 рік Музейний простір «Окольний замок» відвідало 9 120 осіб, а за 2025 рік музейний простір відвідало понад 22 409 туристів, серед них близько 10 тисяч – гості міста. Це на 13 289 осіб більше, ніж рік тому, що свідчить про збільшення популяризації музею. За 2025 рік понад 5 тисяч дітей відвідали музей у складі шкільних груп. Тут побували туристи з Володимира, Одеси, Львова, Тернополя, Дрогобича, Вараша, Чернігова, Рівного, Києва, Ужгорода, Запоріжжя, Хмельницького, Чернівців, Сум, Дніпра, Черкас, Полтави, Курахового, Івано-Франківська, Миколаєва, Харкова та ін. А серед іноземних туристів музейний простір відвідували громадяни таких країн: Польщі, Литви, Німеччини, Ізраїлю, Фінляндії, Індії, Канади, США, Південної Кореї [39].

Музейний простір «Окольний замок» нині виконує роль не лише культурного осередку, але й безпекового хабу. Завдяки наявності захищених підземних локацій, об'єкт став майданчиком для проведення знакових подій, що поєднують туристичну привабливість із соціальною місією – підтримкою Збройних сил України. Приклади такого поєднання – проведення літературного фестивалю «Фронтера», благодійного аукціону на користь підрозділу «Любарт», експозиція робіт ветерана Олега Хрищука та ін.

За 2024 рік центр туристичної інформації відвідало 7 470 осіб, а за 2025 рік туристичний центр відвідало 8 020 осіб, із них 7 904 – особи з України, понад 100 – іноземці (Польща, Сполучені Штати Америки (Небраска, Мічиган), Чехія, Єгипет, Франція, Естонія, Велика Британія, Колумбія, Іспанія, Італія, Туреччина, Канада, Німеччина, Китай, Індія, Південна Корея) [39].

Збільшення кількості відвідувачів Луцького замку, центру туристичної інформації та інших музейних просторів свідчить про те, що у час війни відбулась активізація внутрішнього туризму.

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що туристична привабливість Луцька базується на взаємодії багатої історико-культурної спадщини та сучасних підходів до розвитку дестинації. Місто успішно реалізовує свій потенціал у конкурентоспроможний туристичний продукт через розвиток подієвого туризму та впровадження інтерактивних елементів.

3.2 Досвід створення інтерактивних карт дестинацій України

В період розвитку сучасних технологій звичайна паперова карта чи просто список адрес уже не можуть задовільними мандрівника. На зміну їм прийшли продукти цифровізації, а саме інтерактивні мапи. Замість того, щоб дивитись на схему вулиць можна натиснути на будь-яку точку і відразу побачити інформацію, фото закладу, дізнатись чи він зараз відчинений. Нижче розглянуто приклади впровадження інтерактивних карт, які роблять місто зрозумілим, зручним та привабливим для кожного гостя.

Масштабним національним туристичним порталом є сайт Discover.ua. Цей веб-ресурс працює як інтерактивний путівник, що об'єднує тисячі локацій у єдину цифрову систему

Дана інтерактивна карта пропонує користувачам локації в різних куточках України. Пропонують 4 категорії для відвідування: «цікаві місця», «активний відпочинок», «проживання» та «де поїсти?».

У розділі «активний відпочинок» можна знайти різні активності: гірськолижні курорти і яхт-клуби, школи каякінгу, мотузкові парки та інше. Користувач зможе ознайомитися з найкращими готелями, хостелами й базами відпочинку, запланувати вечерю в розкішному ресторані або стильному міському кафе [7]. Система дозволяє не просто знайти об'єкт, а й додати його до власного плану подорожі. Завдяки синхронізації з інструментами Google Maps, мапа автоматично розраховує протяжність маршруту та час у дорозі.

Загалом на даній інтерактивній туристичній карті України позначено 1846 локацій з категорії «цікаві місця», серед них представлені природні об'єкти,

пам'ятки архітектури та будівництва, музеї, об'єкти релігійного значення, замки, фортеці, пам'ятники та інші атракції, які рекомендують для відвідування. В категорії «активний відпочинок» пропонують 53 локації: гірськолижні курорти, скелелазіння, рафтинг, роуп джампінг, верхова їзда та інші. Серед закладів проживання позначено 241 локацію. Туристам пропонують зупинитись в готелях, хостелах, садибах, кемпінгах, санаторіях та на базах відпочинку. Остання категорія «де поїсти?» пропонує 178 закладів харчування по всій Україні.

Для міста Луцька туристичний сайт пропонує лише 17 локацій: 14 локації з категорії «цікаві місця» та 3 заклади харчування. Даний аналіз показав, що для відвідування Луцька дана інтерактивна карта не показує всієї інформації про місто. Аналіз інших міст також показав кількісну обмеженість локацій, які пропонують відвідувачам.

Яскравим прикладом того, як громада може використати інформаційні технології для створення туристичного продукту є Синевирська громада, а саме проєкт «Інтерпретаційна культурно-пізнавальна мандрівка «Синевир. Горяни». Об'єкти культурної спадщини були систематизовані та об'єднані в чотири маршрути: «Історія» – 9 об'єктів, «Духовність» – 9 об'єктів, «Промисли» – 11 об'єктів, «Традиції» – 10 об'єктів. Переглянути карту можна на сайті «Срібний гід» [92]. Проєкт «Синевир. Горяни» — це приклад того, як окрема громада може реалізувати «розумну» мандрівку на своїй території.

Синевирська громада також має ідею сервісу з надання актуальної та якісної туристичної інформації, та можливістю планування подорожей. Реалізовувати цю ідею планують у розробці цифрового сервісу «Майстер відпочинку».

Даний сервіс передбачає створення персональних програм відпочинку для туристів. За задумом авторів «Майстру відпочинку», туристичні об'єкти будуть систематизовані за типами туристичних об'єктів «природа» та «культура», які і самі матимуть підтипи. Також об'єкти та послуги можна буде обрати за видами відпочинку («актив», «релакс», «сімейний відпочинок», «діловий туризм», «хобі

тури», «релігійний» «пізнавальний», «розваги»). Схема роботи сервісу виглядатиме таким чином: за допомогою розумних фільтрів турист зможе вибрати із систематизованої бази даних туристичні об'єкти та послуги відповідно до вподобань; інтерактивна карта відобразить оптимальний маршрут, який з'єднає туристичні атракції; планувальник відпочинку з інформації про кожний об'єкт та послугу сформує план відпочинку у вигляді PDF-таблиці [92].

На даний момент, ідея так і залишилась в задумах, останні згадки про неї були у 2023 році. Звернувшись безпосередньо до відділу туризму Синевирської громади, відповіді щодо реалізації проєкту «Майстер відпочинку» не було отримано.

Для мандрівників столиці України доступний наступний додаток «Kyiv Offline Travel Guide». Даний ресурс розроблений для подорожей столицею України, яким можна користуватись навіть без доступу до інтернету.

Даний додаток пропонує відвідати такі категорії: туристичні місця – 51 об'єкт, ресторани – 115 об'єктів, розваги – 48 об'єктів, активності – 24 та готелі – 87 об'єктів. До кожної локації додаток прораховує відстань надає фото, коротку інформацію та години роботи, а, також посилання на вебсайт та номер телефону. Користування додатком розраховане також для іноземних туристів. Пропонують наступні мови користування: англійська, німецька та іспанська.

До основних переваг додатку можна віднести: повний офлайн режим, всі карти завантажуються завчасно; карта залишається завжди чіткою при будь-якому наближенні, що можна бачити назви дрібних вулиць та номери будівель; додаток використовує датчик GPS для точного відображення місцеперебування навіть без доступу до інтернет мережі.

Користувачам також доступні додаткові інструменти, такі як: доповнена реальність – через камеру смартфона можна побачити назви та відстань до найближчих об'єктів; карта Київського метро та швидкісного транспорту, яка допоможе побудувати оптимальний маршрут між станціями; список бажань, де можна заздалегідь обрати місця для відвідування та групувати їх за пріоритетністю; конвертор валют та погода, які оновлюються щодня.

Для гостей столиці доступний ще один додаток для дослідження міста – «KyivGuide». Користувачам пропонують карту в якій позначено 154 об'єкти Києва, рекомендованих відвідуванню. Серед них є пам'ятки архітектури, музеї, пам'ятники, парки та місця для шопінгу.

Провівши аналіз додатків «KyivGuide» та «Kyiv Offline Travel Guide» можна сказати, що «KyivGuide» містить менше запропонованих об'єктів для відвідування та в ньому нема інших інтерактивних інструментів в порівнянні з «Kyiv Offline Travel Guide».

У 2018 році в Лондоні Мобільний додаток «Kyiv City Guide» (Київський міський гід) отримав високу оцінку «highly commended» («наполегливо рекомендуємо») на церемонії вручення Міжнародної туристичної премії за 2018 рік у Лондоні. Мобільний додаток розроблений за підтримки Управління туризму та промоцій КМДА, був схвалений журі і відзначений як високотехнологічний та сучасний продукт, рекомендований до використання [61].

«Київський міський гід» – це мобільна програма, яка допоможе відвідати найвідоміші місця Києва у зручний для туриста час. Додаток включає у себе як туристичні маршрути повного дня, так і тематичні маршрути, що тривають від 1 до 3 годин. Аудіосупровід від професійних гідів доступний двома мовами: українською та англійською. Унікальною особливістю додатку є можливість створювати свій власний маршрут. Турист може робити знімки, ділитися ними з друзями, залишати коментарі, позначати на карті місця, відстежувати події у місті за допомогою календаря подій. Додаток працює також офлайн [61].

В центральній частині Києва розташовано 10 туристичних інформаційних стендів, на них зображений QR-код, відсканувавши який посилається на сайт app.visit.kyiv.ua. Даний веб-ресурс пропонує туристам мапу на базі GoogleMaps – «Довідник «30 перлин Києва»». На карті представлені туристичні атракції центру столиці, наприклад: майдан Незалежності, пішохідно-велосипедний міст, Софійський собор, Володимирська Гірка, костел Святого Миколая та інші.

Сайт також пропонує туристичні місця, які розташовані поруч біля конкретного туристичного стенду. До кожного туристичного місця наявний аудіогід як українською так і англійською мовами, що дозволяє туристам не тільки побачити, але й почути історію місця.

Серед корисної інформації є посилання на соцмережі та на карту укриттів, що є важливою інформацією для забезпечення безпеки туристів сьогодні.

У додатку «Київ Цифровий» користувачам пропонують інтерактивні мапи, хоч вони не туристичні, але також не менш важливі. Користувачам доступні наступні мапи: мапа стійкості – показує пункти обігріву та укриття столиці; мапа вбиралень; психологічна підтримка – зображені місця для психологічної допомоги містян та для школярів; мапа доступності – показує місця які облаштовані зручними пандусами та зручностями призначених для людей з обмеженими можливостями; стан повітря – це мапа, яка показує стан забрудненості повітря в місті; мапа сортування сміття – показує місця, де приймають скло, одяг, пластик та небезпечні відходи; мапа ремонту та перекриття доріг – показує повні та часткові обмеження доріг.

Інтерактивні карти наявні в приватному користуванні. У готелі BURSA, що знаходиться в Києві на Подолі, іноземним гостям, які прибули вперше в Київ дарують сувенірний компас, на зворотній стороні якого можна відсканувати QR-код та відкрити інтерактивну карту, створену на платформі GoogleMaps. Там зображено об'єкти наступних категорій: заклади харчування – 26 об'єктів; історико-архітектурні місця та музеї – 30 об'єктів; магазини – 14 об'єктів; відпочинок – 11 об'єктів.

Таким чином, потрібно зазначити, що інтерактивні карти зазнають дуже стрімкого розвитку. Їх класифікація, призначення та обсяги поширення визначаються не лише тими технічними характеристиками, що їх вклади при створенні, а ще й рівнем доступності для користувача. Це вже не просто карта – це система комунікації. Ї ця система створює взаємозв'язок між користувачем та надавачем послуг. Все це веде до відображення корисних даних у браузері чи в додатку. Ці карти дійсно мають бути популярними. Вони економлять час та

зусилля, адже підготовка та візуалізація туристичних місць та маршрутів стають доступними по кліку.

3.3 Етапи розробки інтерактивної карти туристичної інфраструктури дестинації Луцька

Підготовчий етап є фундаментальним для розробки, так як він визначає змістове наповнення та логіку роботи цифрового продукту. Основним завданням етапу є збір та аналіз даних про об'єкти міста та їх групування на структуровану інформаційну базу.

Інтерактивна карта має слугувати універсальним провідником для індивідуальних подорожей як для українських туристів так і для іноземних. Головною метою є підвищення доступності інформації про туристичну інфраструктуру дестинації.

Був проведений аналіз та збір даних, результатом якого стало формування реєстру зі 107 об'єктів Луцька. Реєстр проводився на основі інформації з сайту туристичної інформації Луцька, сайтів бронювання закладів розміщення та безпосередньо з сайтів кожного об'єкту реєстру. Проводився аналіз фактичного стану об'єктів, уточнення їхньої класифікаційної приналежності та актуальності веб-сайту.

Класифікація та структурування об'єктів. Щоб забезпечити зручну навігацію всі об'єкти були розподілені за наступними категоріями: «Транспорт та туристичний центр» - 3 об'єкти (залізничний вокзал, автостанція та центр туристичної інформації); «Історико-культурні місця» – 10 об'єктів; «Готелі та хостели» – 24 об'єкта; «Парки» – 4 об'єкта; «Музеї та галереї» – 14 об'єктів; «Торгові центри» – 4 об'єкта; заклади харчування були розподілені за класифікацією закладів ресторанного господарства згідно ДСТУ 4281:2004 [36], а саме: «Ресторани» – 15 об'єктів, «Закусочні» – 12 об'єктів, «Кафе та кафетерії» – 14 об'єктів, «Бари та паби» – 7 об'єктів. Назви всіх 107 об'єктів інтерактивної карти представлені в Додатку 3.

На основі зібраних даних був також розроблений текстовий опис всіх об'єктів інтерактивної карти двома – українською та англійською.

Отже, на даному підготовчому етапі була сформована база даних про об'єкти майбутньої інтерактивної карти та їх групування по категоріях, які в подальшому будуть перенесені в цифрову платформу.

Наступним етапом є вибір технологічної платформи для проектування інтерактивної карти. На просторах інтернету є широкий вибір платформ для розробки інтерактивних карт різного призначення.

«Mapbox» – це надзвичайно потужний набір інструментів для роботи з картами, який надає безліч можливостей дизайнерам і ще більше - розробникам. Велика кількість компаній, таких як Tinder, CNN, IBM, використовують можливості «Mapbox» у своїх проєктах [29].

Безкоштовний інструмент для створення інтерактивних карт ZeeMaps дозволяє дизайнеру легко створити унікальну карту для свого макету. Сервіс не потребує реєстрації, підтримує безкоштовну та розширену версії. У ZeeMaps можна обрати кольори країни (міста, місцевості), додати унікальні маркери. Цікаво, що цей конструктор дозволяє навіть вставляти відео на карту. Ви можете проєкспериментувати зі вставками відео та аудіо маркерів. Ця опція допоможе надати карті ексклюзивного вигляду [29].

«Scribble maps» – це ще один цікавий інструмент для створення мап, який дозволяє створювати власні мапи та додавати кастомні символи. За допомогою Scribble maps конструктора можна буквально створити унікальну карту місцевості, а також: розмістити на карті текст та піктограми; надавати мапі потрібного вигляду; обчислювати відстань між точками. Потім карту можна відправити, зберегти у форматі PDF або отримати у вигляді макету для подальшої вставки на сайт. Всі перераховані вище інструменти для роботи з картами є безкоштовними [29].

Веб-сервіс «Google Maps» – це система картографічного відображення території будь-якої масштабності, що надає можливість не тільки розглядати карту, але й знаходити населені пункти, пам'ятки культури, комерційні установи

відображати контактну інформацію та маршрут, за яким до них можна дістатись. Крім звичайних картографічних зображень, платформа дозволяє спостерігати аерокосмічні знімки місцевостей, які у залежності від характеру території можуть мати високий ступінь розпізнаваності деталей. Також, доступна функція детального перегляду міських територій, де користувач може вивчати навколишній простір так, як ніби він бачив його ідучи по певній вулиці [76].

Важливою характеристикою такого сервісу є можливість для користувача розробити власну інтерактивну карту. Це здійснюється шляхом нанесення на існуючу карту відміток важливих об'єктів, маршрутів, ліній та багатокутників. Також, існує можливість долучання власних відеоматеріалів та фотознімків. До прикладу туристичний агент може сформувати власну карту, яка містить пункт початку подорожі, маршрут екскурсії, перелік туристичних атракцій, додати фотографії та відео локацій, які планується відвідати. Альтернативним використанням може бути відображення на карті міста усіх готелів з фотографіями фасаду готелю, кімнат, зазначенням контактних телефонів та цін за номери. Розроблена інтерактивна карта в межах платформи «Google Maps» може бути додана в портал туристичної компанії для інформаційного ознайомлення та мотивування туриста до придбання туристичного пакету [76].

Отже, для проектування інтерактивної карти міста Луцька було обрано платформу «Google Maps». Даний вибір зумовлений необхідністю забезпечення доступності карти на будь-якому пристрої, безперебійною роботою функціоналу геолокації та можливістю актуалізації даних у майбутньому. Також сервіс «Google Maps» має для всіх відомий інтерфейс та користувацький функціонал, де не виникатиме проблем з навігацією та розумінням карти.

Наступним є етап технічної реалізації та інформаційного наповнення. На цьому етапі проведено практичну реалізацію сформованої бази об'єктів на обрану платформу «Google Maps».

Перш за все на карті було створено шари, тобто категорії об'єктів. Загалом було додано 10 категорій, їх назви вказані як українською так і англійською мовами: «Транспорт та туристичний центр/ Transport and tourist center»,

«Історико-культурні місця/Historical and cultural places», «Готелі та хостели/Hotels and hostels», «Парки/Parks», «Музеї та галереї/Museums and galleries», «Ресторани/Restaurants», «Закусочні/Eateries», «Кафе та кафетерії/Cafes and cafeterias», «Бари та паби/Bars and pubs» та «Торгові центри/Shopping malls».

Далі до кожної категорії були додані та нанесені на карту відповідні об'єкти з точними географічними координатами. Об'єкти кожної категорії мають свій колір та позначення на карті (рисунок 3.2).

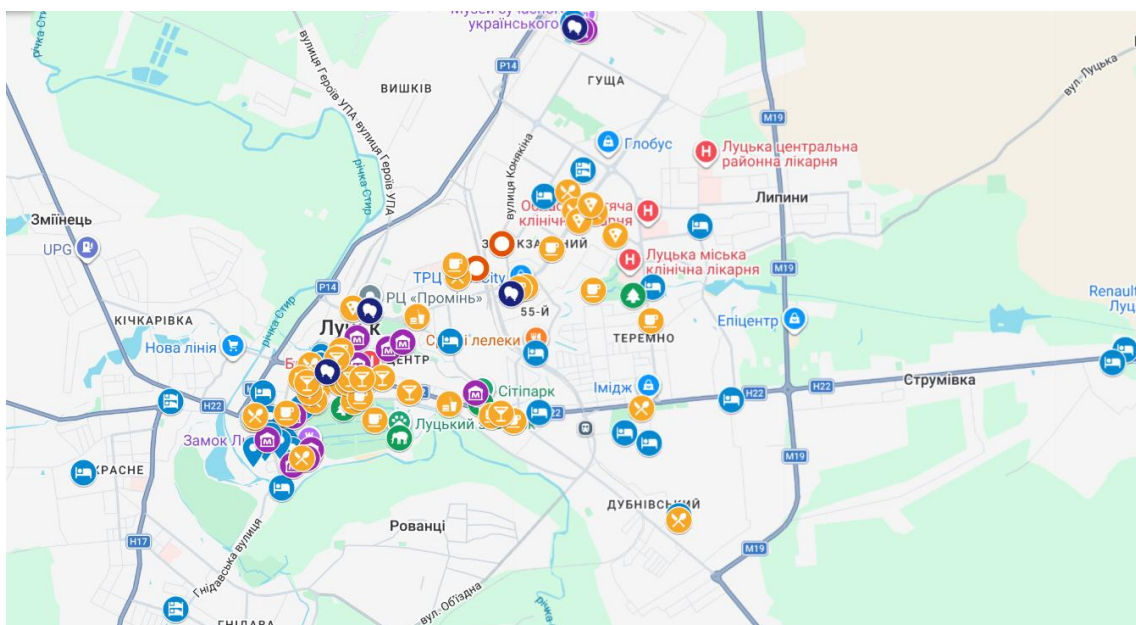


Рисунок 3.2. – Фрагмент «інтерактивної карти туристична інфраструктура м. Луцька».

Наступним кроком в даному етапі було додавання інформації про кожен об'єкт карти, а саме: опис об'єкта українською та англійською мовами, графік роботи, фото та актуальний веб-сайт (рисунок 3.3).

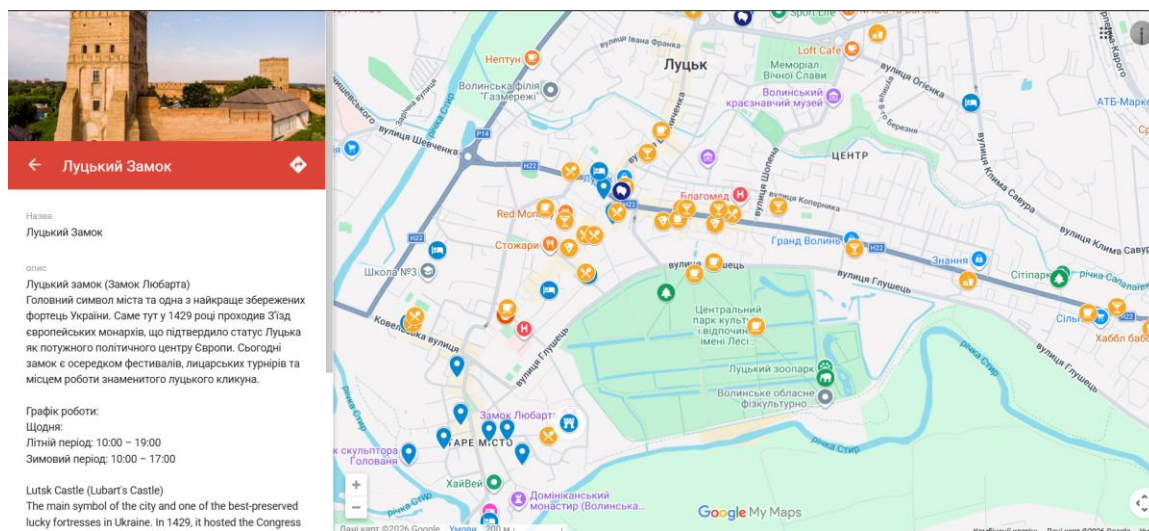


Рисунок 3.3 – Фрагмент «інтерактивної карти туристична інфраструктура м. Луцька» з описом об'єкту.

Для зручності переходу за посиланням на інтерактивну карту був розроблений QR-код за яким можна перейти для користування картою (рисунок 3.4).



Рисунок 3.4 – QR-код для інтерактивної карти

Результатом роботи стала інтерактивна карта туристичної інфраструктури Луцька, яка за функціональним призначенням є інформаційно-навігаційна; за рівнем взаємодії – інтерактивна карта; за змістовим наповненням – комплексна карта туристичної інфраструктури дестинації; за територіальним охопленням – локальна карта; за характером подання інформації – динамічна.

Серед переваг інтерактивної карти можна відмітити: комплексність – карта поєднує в собі 107 різних об'єктів, що позбавляє потребу туриста шукати інформацію на різних ресурсах; завдяки динамічності користувач може самостійно керувати категоріями інформації; двомовність – завдяки інформації

на англійській мові іноземні туристи можуть вільно користуватись інтерактивною картою; на відміну від паперових карт, інтерактивна дозволяє миттєво вносити зміни; карта доступна на будь-яких пристроях (комп'ютерах, телефонах, планшетах).

На етапі тестування було проведено технічне користування інтерактивною картою та перевірку коректності відображення інтерактивної карти на смартфонах Android та iPhone. Користувач відскановує QR-код, де появляється посилання на інтерактивну мапу. За цим посилання переходить у Google карти, де відкривається створена інтерактивна карта, яка готова до користування. Увага приділялась швидкості завантаження карти та точності спрацювання інтерактивних кнопок. Отже, цифровий продукт інтерактивна карта «Туристична інфраструктура м. Луцька» готовий до експлуатації.

ВИСНОВКИ

Туристична інфраструктура – це матеріально-технічна база розвитку будь-якої дестинації. Вона включає заклади розміщення, заклади ресторанного господарства, транспортна інфраструктура, заклади культури, розважальні та спортивні заклади. Розбудова і розвиток туристичної інфраструктури є важливою умовою для розвитку та трансформації туристичного потенціалу в якісний туристичний продукт.

Туристична дестинація – це географічна територія з багатогранним соціально-економічним утворенням, яке споживач сприймає як цілісний продукт. Велике місто містить в собі високорозвинену транспортну інфраструктуру, різноманітні атракції, розвинену міську інфраструктуру, якісну індустрію гостинності і є не тільки туристичною дестинацією, а й транзитним регіоном і місцем, яке забезпечує туристами інші туристичні міста. На високий рівень задоволеності туристів та репутаційної привабливості дестинації безпосередньо впливає її якість.

Розвиток сучасних технологій вплинув на туристичну сферу. Цифровий туризм та інтерактивні мапи надають можливість туристичним дестинаціям залучити до себе відвідувачів за допомогою інноваційних продуктів, які допомагають підвищити якість надання послуг та зацікавити туристів для повторення туристичного досвіду.

Мережа закладів розміщення у місті Луцьку є розвиненою та диференційованою складовою туристичної дестинації. Її представляють 21 готель, 4 хостела та близько 200 апартаментів, які забезпечують приємне перебування різних категорій туристів в місті.

Мережа підприємств ресторанного господарства є конкурентоздатною складовою туристичної інфраструктури міста, яка за даними центру туристичної інформації, представлена 57 об'єктами ресторанного господарства: 19 ресторанів, 6 піцерій, 17 кафе та кав'ярень, 8 пабів і барів та 7 фастфуд-закладів.

Об'єкти історико-культурної спадщини зосереджені здебільшого в межах Державного історико-культурного заповідника «Старе місто»: Луцький замок, кафедральний костел Петра і Павла, Окольний замок, лютеранська кірха будинок Голованя та інші. Висока щільність пам'яток дозволяє сформувати короткі та насичені пішохідні маршрути для пізнавального туризму. Простір міста вдало поєднує класичні домінанти з сучасними інноваційними та науковими об'єктами. Різноманітність атракцій дозволяє задовільнити потреби різних цільових аудиторій. Серед провідних атракцій слід також зазначити: Луцькі підземелля, Центральний парк культури та відпочинку імені Лесі Українки, фігурки кликунів та музей сучасного українського мистецтва Корсаків.

Туристична привабливість базується на історико-культурній спадщині та сучасних підходах розвитку дестинації. Подієвий туризм та впровадження інтерактивних елементів дозволяють представити конкурентоспроможний продукт. Активізація внутрішнього туризму, зумовлена повномасштабною війною, збільшила кількість туристів та надходження туристичного збору міста. За 2025 рік до бюджету Луцька надійшло 2 344 141 грн. туристичного збору, що на 551 770 грн. більше, ніж в попередній рік та на 1 220 641 грн. більше, ніж у 2022 році. Музейний простір «Окольний замок» за 2024 рік відвідало 9 120 осіб, а за 2025 рік музейний простір відвідало понад 22 409 туристів.

Вітчизняний досвід розроблення інтерактивних карт стає все більш популярним серед туристичних дестинацій. Сайт Discover.ua є прикладом інтерактивного путівника, що об'єднує тисячі локацій України у єдину цифрову систему. Проєкт «Синевир. Горяни» є прикладом того як громада може реалізувати цифрову мандрівку на своїй території. Додатки «KyivGuide» та «Kyiv Offline Travel Guide» відкривають туристам інтерактивні карти всіх можливих місць для пізнання столиці. Додаток «Київ Цифровий» є яскравим прикладом різних корисних інтерактивних карт: «мапа стійкості», «психологічна підтримка», «мапа доступності», «ремонти та перекриття доріг», «сортування сміття», «стан повітря» та «веломапа».

Розроблена «інтерактивна карта туристичної інфраструктури м. Луцька» на базі «Google Maps» забезпечує необхідною інформацією для повноцінної подорожі Луцьком. Двомовність забезпечує вільний доступ до інформації як для українських туристів, так і для іноземних. Динамічність інтерактивної карти дозволяє користувачу самотійно керувати категоріями карти. Доступність надає вільне користування картою на будь-яких пристроях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. A Manual for Evaluating the Quality Performance of Tourist Destinations and Services. Luxembourg, 2005. 60 p. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://surl.lu/elokrh>
2. A Practical Guide to Tourism Destination Management. Madrid, 2007. 162 p. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284412433>
3. ARTZONA. "Корона Вітовта" – королівська ресторація [Електронний ресурс] режим доступу: <https://art-zona.com/product/korona-vitovta>
4. BASILIC GROUP. Ресторанія «ХлібСіль» [Електронний ресурс] режим доступу: <https://basilic.ua/cafe-bread-salt>
5. Booking.com. Офіційний сайт. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://www.booking.com/>
6. CITY PARK. Офіційний сайт [Електронний ресурс] режим доступу: <https://citypark.lutsk.ua/>
7. DISCOVER.UA. Мандруй Україною [Електронний ресурс] режим доступу: <https://discover.ua/>
8. Glovo. [Електронний ресурс] режим доступу: https://glovoapp.com/uk/ua/lutsk/categories/yizha_1
9. Google Maps [Електронний ресурс] режим доступу: <https://www.google.com/maps/place/>
10. Hotels24.ua. Офіційний сайт [Електронний ресурс] режим доступу: <https://hotels24.ua/uk/Lutsk/>
11. List.in.ua. Офіційний сайт [Електронний ресурс] режим доступу: <https://list.in.ua/%D0%9B%D1%83%D1%86%D1%8C%D0%BA>
12. Lutsk-online.com. Луцький портал [Електронний ресурс] режим доступу: <https://lutsk-online.com/rest/>

13. N. Leiper The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry. Annals of Tourism Research. 1979. Vol. 6. N 4. P. 390–407.
14. N. Leiper Tourism Management. Sidney, 2004. 326 p.
15. Planet of Hotels. Офіційний сайт [Електронний ресурс] режим доступу: <https://uk.planetofhotels.com/ukrayina/luck/hosteli-lucka>
16. Reverso Context : пошукова система для перекладів у контексті [Електронний ресурс] режим доступу: <https://surl.li/zgyfwe>
17. Rhombus Hotel Луцьк. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://rhombus.hotels-of-ukraine.com/uk/>
18. S. Medlik Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. Oxford , 2003. 283 p. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://surl.li/vthpqj>
19. Sky8ar Family [Електронний ресурс] режим доступу: <https://sky8ar.com/>
20. Tomato.ua. Офіційна сторінка [Електронний ресурс] режим доступу: <https://tomato.ua/ua/lutsk/>
21. Travels inclusive Ukraine [Електронний ресурс] режим доступу: <https://travels.in.ua/uk-UA/object/5003/muzey-nauky-i-tekhniky-ta-promyslovoho-dyzaynu>
22. ZAXID.NET. У Луцьку відбувся V міжнародний літературний фестиваль «Фронтера» [Електронний ресурс] режим доступу: https://zaxid.net/u_lutsku_vidbuvsya_v_mizhnarodniy_literaturniy_festival_frontera_n1616326
23. 14 закладів, які відкрились в Луцьку цієї весни [Електронний ресурс] режим доступу: <https://misto.media/news/2188-14-15-zakladiv-iaki-vidkrylys-u-lutsku-tsiyeyi-vesny>
24. А. Гайдук Формування туристичної ринкової інфраструктури як фактор підвищення ефективності функціонування ринку туристичних послуг // Регіональна економіка. 1999. №2. С.172-178.

25. Актуальні напрямки розвитку картографії в Україні / за ред. Л. Руденка. Київ : Інститут географії НАН України, 2019. 92 с. ISBN 978-966-02-9088-4.
26. Арт-хостел «Адреналін» [Електронний ресурс] режим доступу: <https://www.visitlutsk.com/art-hostel-adrenalin/>
27. Атрактивність. О. Колотуха Спортивний туризм та активна рекреація: географія, систематизація, практика (словник-довідник) [Електронний ресурс] режим доступу: <https://geohub.org.ua/node/594>
28. Б. Колосок Луцьк : Архітектурно-історичний нарис / Б. Колосок, Р. Метельницький. – К. : Будівельник, 1990. – 192 с.
29. Безкоштовні інструменти для дизайнера для створення карт [Електронний ресурс] режим доступу: <https://stfalcon.com/uk/blog/post/free-map-creation-tools-for-designers>
30. В. Безуглий. Географія. 8 клас. 2025 рік. § 4. Електронні та цифрові карти. Картографічні інтернет-джерела. Геопортали. Геоінформаційні та сучасні навігаційні системи [Електронний ресурс] режим доступу: uahistory.co/pidruchniki/bezuhlyi-geography-8-class-2025/4.php
31. Верховна Рада України підтримала постанову про відзначення 600-річчя з'їзду монархів держав Європи у Луцьку [Електронний ресурс] режим доступу: <https://misto.media/news/2075-dlia-vidznachennia-600-richchia-zyizdu-monarkhiv-vidrestavruut-lutskyu-zamok>
32. Волинські новини. Луцький замок прийматиме лицарів з усієї країни. Програма заходу [Електронний ресурс] режим доступу: <https://www.volynnews.com/news/all/lutskyu-zamok-pryumatyme-lytsariv-z-usiyeyi-krayiny-prohrama-zakhodu/>
33. ГІС карти: види та застосування цифрової картографії. EOS Data Analytics [Електронний ресурс] режим доступу: eos.com/uk/blog/gis-karty/
34. Де випити кави у Луцьку: топ-8 закладів міста [Електронний ресурс] режим доступу: <https://vsn.ua/news/naykraschi-kavyarni-u-lutsku-mistsya-yaki-varto-vidvidati-57631>

35. Де зупинитися в Луцьку – обираємо готель. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://bungalo.com.ua/ukraine/de-zupynytyysya-v-luczku-obuyayemo-gotel/>

36. ДНАОП законодавча база. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства класифікація [Електронний ресурс] режим доступу: https://dnaop.com/html/34057/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4281_2004

37. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / [авт.-уклад. В. Смолій, В. Федорченко, В. Цибух]. – К. : Слово, 2006. – 372 с.

38. Загальна методологія наукової творчості. К. Самойчук. 2021 рік. [Електронний ресурс] режим доступу: https://elib.tsatu.edu.ua/dep/mtf/ophv_10/page3.html

39. Звіт про роботу комунального підприємства «Центр розвитку туризму» за 2025 рік [Електронний ресурс] режим доступу: <https://www.lutskrada.gov.ua/documents/zvit-pro-robotu-komunalnoho-pidpryemstva-tsentr-rozvytku-turyzmu-za-2025-rik>

40. І. Єрко, А. Гринасюк, Л. Громко, Н. Мельник Особливості розвитку готельно-ресторанного господарства Луцької територіальної громади. Часопис соціально-економічної географії, 2022, № 32, с. 81–91. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://doi.org/10.26565/2076-1333-2022-32-09>

41. І. Запихляк, Л. Вербовська, О. Сохан Перспективи формування нафтогазових туристичних дестинацій. Науковий вісник ІФНТУНГ. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості. 2022. № 2(26). С. 16–25. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://surl.lu/eldecc>

42. І. Мазур Управління якістю Вища школа, 2007; А. Орлов Менеджмент: учеб. / А. Орлов. М.: Смарагд, 2010. 298 с.

43. І. Макарчук, Ю. Колодич, К. Шевчук, Л. Яременко, Н. Петренко Туристична дестинація як об'єкт управління в туризмі. Агросвіт. 2024. № 7. С. 50–55.

44. І. Смачило Дестинація як об'єкт управління в туристичній діяльності. Міжнародний бізнес та замковий туризм в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку. Тернопіль, 2017. С. 209–211.
45. І. Тищук Аналіз та оцінка основних тенденцій розвитку екскурсійного туризму міста Луцьк. Економічна наука. 2020 рік, с. 54 – 60
46. І. Тищук, О. Ільїна Digital-технології у сучасному туристичному бізнесі: особливості розвитку та перспективи. Економічний форум. 2023. № 4. С. 38–49. [Електронний ресурс] режим доступу: [e-forum.com.ua/web/uploads/pdf/2023_4_Tyshchuk.pdf](http://forum.com.ua/web/uploads/pdf/2023_4_Tyshchuk.pdf)
47. Історико-культурний заповідник «Старий Луцьк» [Електронний ресурс] режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Історико-культурний_заповідник_«Старий_Луцьк»
48. К. Бриль Місце стратегічних пріоритетів розвитку у підвищенні інвестиційної привабливості туристичної галузі. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 10. С. 14–18.
49. Л. Агафонова, О. Агафонова Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посібник. Київ, 2002. 358 с.
50. Л. Черчик Туристично-рекреаційний комплекс Волинської області : передумови розвитку : Монографія. Ч. 1 / Л. Черчик, О. Міщенко, І. Єрко. – МОНУ. – Луцьк : СЛУ імені Лесі Українки, 2014. – 128 с.
51. Л. Юрчишина Дестинація як основа регіонального розвитку туризму. Economics Bulletin. 2017. № 4. С. 77–84. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://surl.li/keuzgd>
52. Луцьк та його пам'ятки. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://etnoxata.com.ua/statti/turizm-tsikavi-mistsja/lutsk-ta-jogo-pamjatki/>
53. Луцька міська рада. Дослідження туристичної привабливості Луцька 2019 рік [Електронний ресурс] режим доступу: <https://www.lutskrada.gov.ua/static/content/files/s/e6/4euqjwp2e3az63lulak76a4i7dav3e6s.pdf>

54. Луцька міська рада. Офіційний сайт [Електронний ресурс] режим доступу: <https://www.lutskrada.gov.ua/pages/korotka-informatsiia-prolutsku-misku-terytorialnu-hromadu-roztashuvannia-klimat>

55. Луцькі кликуни. Google Maps [Електронний ресурс] режим доступу: <https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?fbclid=IwAR27JBgEPbr93YSUP886891oIys00nUCxyogwGcElJTnTl8PCxaPHT-gBGg&mid=1ISUpWySzH8BCcjVwaVVcln2xUulFLaI&ll=50.74479752495768%2C25.32241950159832&z=17>

56. Любарт Фест у Луцьку: культурний фестиваль музики, їжі та мистецтва [Електронний ресурс] режим доступу: <https://inforum.com.ua/liubart-fest-u-lutsku-kulturnyy-festyval/>

57. М. Шаповал Менеджмент якості / М. Шаповал - К.: Знання, 2003. 475 с.

58. М. Шевелюк Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. Питання культурології. 2021. № 38. С. 226–235. DOI: 10.31866/2410-1311.38.2021.245956.

59. Мандрівка Луцьком: куди піти і що побачити [Електронний ресурс] режим доступу: <https://vsn.ua/news/viznachni-mistsya-lutska-28499>

60. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посібник І. Школа. – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – 596 с.

61. Мобільний додаток Kyiv City Guide отримав престижну міжнародну відзнаку [Електронний ресурс] режим доступу: https://kyivcity.gov.ua/news/mobilniy_dodatok_Kyiv_City_Guide_otrimav_prestizhnu_mizhnarodnu_vidznaku.html

62. Музей сучасного Українського мистецтва Корсаків [Електронний ресурс] режим доступу: <https://msumk.com/about/>

63. Музейний простір «Окольний замок». Офіційний сайт [Електронний ресурс] режим доступу: <https://okolnyi-lutsk.com/>

64. Н. Чорненька Організація туристичної індустрії: навч. посіб. К.: Атіка, 2006. 264 с.

65. Найкращі готелі Луцька. ТОП 10 готелів в Луцьку для туриста. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://info-ua.net/best-hotels-lutsk/>
66. Національний стандарт України. Системи управління якістю [Електронний ресурс] режим доступу: https://dbn.at.ua/ld/11/1128_432_iso9000-1-.pdf4
67. О. Заїка Вплив конвергенції та євроінтеграції на розвиток туристичних дестинацій. ЛОГОΣ : збірник наукових праць. Париж, 2023. С. 11–12. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://surl.lu/idevhr>
68. О. Лейберюк Інтерактивні веб-карти: сутність і основні етапи створення (на прикладі веб-ресурсу CARTO). Український географічний журнал. 2016. № 4. С. 54–58. DOI: 10.15407/ugz2016.04.054.
69. О. Любіцева Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О. Любіцева, В. Бабарицька. - К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. - 335 с.
70. О. Міщенко Розвиток подієвого туризму у м. Луцьку / О. Міщенко // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. — Луцьк. — 2014 — № 11 (288): Серія: Географічні науки. — С. 137—142.
71. Поняття туристичної привабливості території та чинники, які на неї впливають. Г. Зелінська Матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації» (м. Київ, 14-15 квітня 2022 р.)К.: КНУКІМ, 2022. 294 с. С.113-115.
72. Про відзначення 600-річчя з'їзду монархів держав Європи у Луцьку [Електронний ресурс] режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4429-20#Text>
73. Просторова організація туристично-рекреаційної сфери регіону: монографія / за заг. ред. В. Папп. Мукачево, 2016. 268 с. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://surl.li/cryyvx>
74. С. Калініченко, А. Грібіник, А. Аврята. Вплив цифровізації туристичної інфраструктури на розвиток регіонального туризму. Modeling the

Development of the Economic Systems. 2023. № 1. С. 133–138. DOI: 10.31891/mdes/2023-7-19.

75. Скільки коштує горнятко кави у кав'ярнях Луцька [Електронний ресурс] режим доступу: <https://vsn.ua/news/skilki-koshtuje-gornya-kavi-u-kavyarnyah-lutska-75124>

76. Створення власної інтерактивної карти на базі сервісу google maps [Електронний ресурс] режим доступу: <https://studfile.net/preview/11267089/>

77. Суспільне Луцьк. У Луцьку запустили інтерактивну мапу кликунів [Електронний ресурс] режим доступу: <https://suspilne.media/lutsk/699744-u-lucku-zapustili-interaktivnu-mapu-klikuniv/>

78. Сутність туристичної інфраструктури та її особливості. Д. Люта Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 770 с. С.244-247.

79. Т. Сокол Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. К.: Музична Україна, 2002. 256 с.

80. Т. Ткаченко Територіально сфокусований розвиток суб'єктів туристичного бізнесу. Культура народів Причорномор'я. 2006. № 81. С. 56-64. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://surl.lu/abmrge>

81. Т. Ткаченко Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. Київ, 2009. 463 с.

82. Таблоїд Волині. У центрі Луцька відкрили ресторан в підземеллі [Електронний ресурс] режим доступу: <https://volyn.tabloyid.com/zhittia/u-tsentri-lutska-vidkrili-restoran-v-pidzemelli-video>

83. Теоретичні засади дослідження туристичної інфраструктури як інноваційної основи регіонального розвитку туризму. О. Графська, Ю. Головчук, О. Четирбук. Інфраструктура ринку. – 2022. – № 66. [Електронний ресурс] режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/66_2022/28.pdf

84. Туристична діяльність. Нормативна база / упор. О. Роїна. – К. : КНТ, 2005. – 448 с.

85. Управління туризму та промоції міста Луцької міської ради [Електронний ресурс] режим доступу: <https://www.facebook.com/DepartmentOfTourismAndCityPromotion/>

86. Формування міста Вінниці як туристичної дестинації: стратегічні цілі, завдання. В. Онищук, Н. Корж Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry, 2022, 65-71с. [Електронний ресурс] режим доступу: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(5\).2022.12](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(5).2022.12)

87. Центр туристичної інформації м. Луцьк [Електронний ресурс] режим доступу: <https://www.visitlutsk.com/centr-turystychnoyi-informaciyi-lutsk/>

88. Центральний парк культури та відпочинку імені Лесі Українки [Електронний ресурс] режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Центральний_парк_культури_і_відпочинку_імені_Лесі_Українки

89. Ю. Головчук, С. Мороз, Д. Цесьців. Управління туристичними дестинаціями: інноваційні маркетингові підходи. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2022. № 5. [Електронний ресурс] режим доступу: <https://surl.li/yvbnyo>

90. Ю. Миронов Цифровізація сфери туризму як актуальний тренд сучасності. Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 29–30 травня 2024 р.). Львів : Видавництво ЛТЕУ, 2024. С. 339–340. [Електронний ресурс] режим доступу: tourlib.net/statti_ukr/myronov91.htm

91. Ю. Миронов Дестинація як ключовий елемент регіональної туристичної системи. Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку. Одеса, 2017. С. 65–68.

92. Я. Шабанова Як розробити цифровий проєкт у сфері туризму: історія успіху Синевирської громади. Громадський Простір [Електронний ресурс]

режим доступу: prostir.ua/?library=yak-rozrobyty-tsyfrovyj-projekt-u-sferi-turyzmu-istoriya-uspihu-synevyrskoji-hromady

ДОДАТКИ

Додаток А

Заклади розміщення в Луцьку

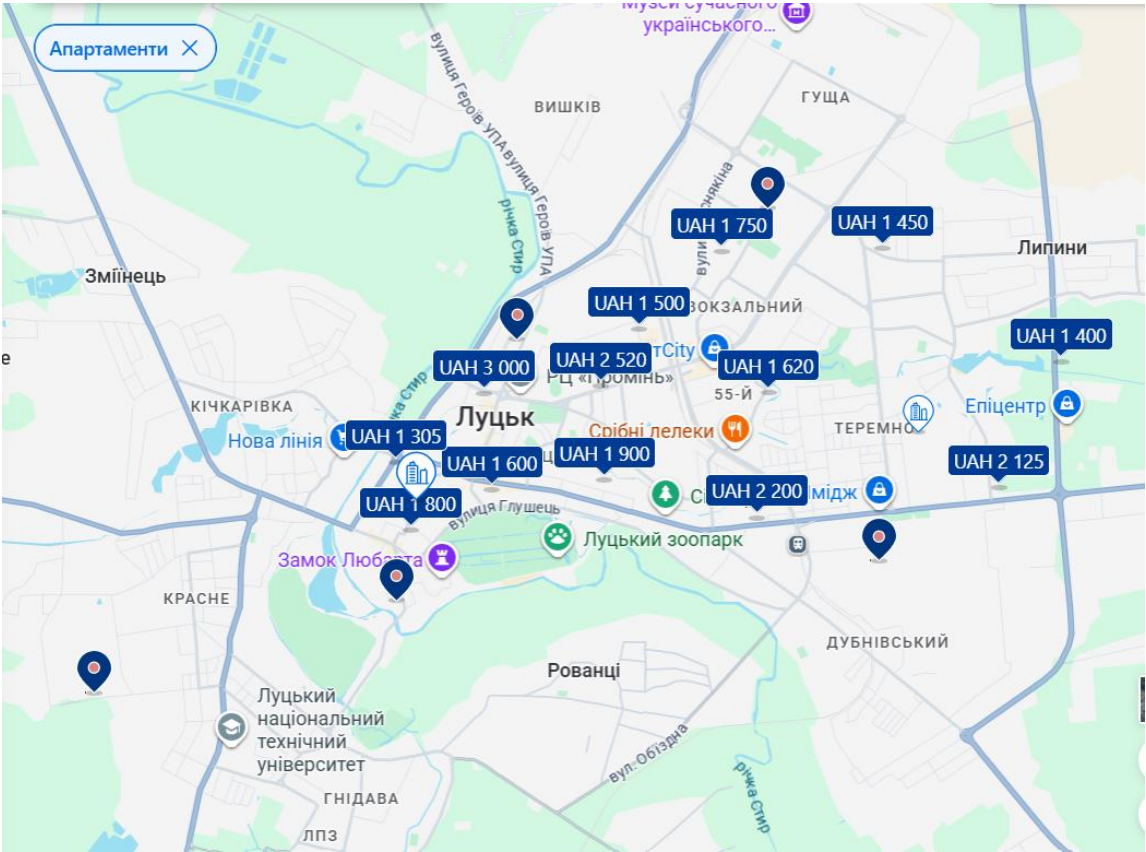
Назва	Адреса	Номерний фонд	Сайт
1. Моjo Boutique Hotel	вул. Ковельська, 16	22 номери 55 місць	URL: https://mojo.lutsk.ua/hotel
2. Rhombus Hotel	вул. Данила Галицького, 33	17 номерів 33 місця	URL: https://rhombus-hotel.com/
3. Optima Collection River Park	вул. Набережна, 4	86 номерів 146 місць	URL: https://optimahotels.com.ua/uk/hotels/river-park-lutsk/
4. Готель «Версаль»	просп. Президента Грушевського, 2	11 номерів 22 місця	URL: https://www.versailles-hotel.com/uk
5. Готель «Рестпарк»	вул. Рівненська 135, с. Струмівка	15 номерів 30 місць	URL: https://restpark.com.ua/hotel/
6. Готель «Срібні лелеки»	вул. Чорновола, 17	68 номерів 136 місць	URL: https://leleky.com.ua/hotel
7. Noble Boutique Hotel	вул. Кривий Вал, 39	35 номерів 55 місць	URL: https://noble.ua/
8. Готель «Україна»	вул. Словацького, 2	80 номери 148 місць	URL: https://hotel-lutsk.com/
9. Готель «Кедем»	вул. Теремнівська 89в	60 номерів 121 місце	URL: https://kadem.lutsk.ua/
10. Готель «Corner House»	вул. Огієнка, 15	9 номерів 18 місць	URL: https://hotels24.ua/uk/Lutsk/Guest-Court-Corner-House-6397.html
11. Готельний комплекс «Ірен-Чевермето»	вул. Дубнівська, 99а	7 номерів 14 місць	URL: https://chevermeto.com.ua/
12. Міні-готель «Алекс»	вул. Малоомельянівська, 16	5 номерів 10 місць	URL: https://bronui.com/hotels/3325-hotel-aleks
13. Готель «Околиця»	вул. Рівненська, 154	9 номерів 14 місць	URL: https://Okolitsia.com

14. Готель “Patio di Fiori”	вул. Кравчука, 13	15 номерів 28 місць	URL: https://www.booking.com/hotel/ua/patio-di-fiori.uk.html
15. Space Apart Hotel	вул. Рівненська, 11	22 номери 44 місця	URL: https://space-apart.hotels-of-ukraine.com/uk/
16. Готель “Power House”	вул. Зв’язківців, 1	16 номерів 32 місця	URL: https://hotels24.ua/uk/Lutsk/Hotel-Power-House-4054.html
17. Готель “Мотор”	вул. Ківерцівська, 3	36 номерів, але на даний момент готель зачинений	URL: https://travel.motor-lutsk.com.ua/
18. Готель “Профспілковий”	проспект Відродження, 24	48 номерів 94 місця	URL: https://bronui.com/uk/hotels/3290-hotel-profspilkovyi
19. Готель “Maximus Hotel”	вул. Електроапаратна , 4	14 номерів 28 місць	URL: https://maximus.lutsk.ua/gotel/
20. Готельно- ресторанний комплекс Makis	вул. Рівненська 184, Струмівка	26 номерів 52 місця	URL: https://makis.com.ua/
21. Ribas Rooms Lutsk	вул. Гаврилюка, 3а	25 номерів 50 місць	URL: https://lutsk.ribasrooms.com/
22. Хостел “Парасолька”	вул. Червоного Хреста, 16а	32 ліжка місць	URL: https://hostel.lutsk.ua/
23. Арт-хостел «Адреналін»	вул. Карбишева, 1	101 ліжка місце	URL: https://arthostel-adrenalin.com.ua/
24. Хостел «Затишок»	Вул. Гордіюк, 45, кв. 73, 45/73	16 ліжка місць	URL: https://zatyshok-lutsk.kpblm.info/uk
25. Хостел Lutsk G84	вул. Гнідавська, 84	40 ліжка місць	URL: https://hotels24.ua/uk/Lutsk/Hostel-Lutsk-G84

Джерело: розроблено автором за даними сайту центра туристичної інформації

Додаток Б

Розміщення закладів апартаментного типу



Додаток В

Заклади ресторанного господарства у Луцьку

Назва	Адреса	Графік роботи	Сайт
1. Гастрогалерея «Корона Вітовта»	Замкова площа, вул. Плитниця, 1	Щодня 12:00-22:00	URL: https://korona-vitovta.ps.me/
2. Трапезна «Підземелля»	просп. Волі, 2	Щодня 12:00 – 23:00	URL: https://pidzemellia.com.ua/
3. Ресторация «Курінь»	просп. Президента Грушевського, 26	Щодня 11:00 по 22:00	URL: https://grandpersona.ua/uk/projects/kurin.lutsk/kurin
4. Ресторан «Рестпарк»	Рекреаційний комплекс «Рестпарк», Луцький район, с. Струмівка, Рівненська, 135.	Щодня 11:00-22:00	URL: https://menu.ps.me/mTj6FFIAnOs
5. Ресторация «Бравий Швейк»	вул. Лесі Українки, 56	Щодня 10:00 – 23:00	URL: https://bravyjswejk.choiceqr.com/
6. Gobi	просп. Соборності, 226	Щодня 11:00 – 23:00	URL: https://gobi-rest.choiceqr.com/online-menu
7. Кафе-ресторан «Show Basilic»	вул. Словацького, 7	Щодня 10:00 – 23:00	URL: https://basilic.ua/menu-show-basilic
8. Miss Fishka	вул. Рівненська, 54	Щодня 11:00 – 23:00	URL: https://menu.ps.me/1KzaBP_a05k
9. ХлібСіль	просп. Соборності, 16в	Щодня 11:00 – 23:00	URL: https://basilic.ua/menu-bread-salt
10. Люди	просп. Волі, 17	Пн-чт 10:00 – 22:00 Пт-нд 11:00 – 23:00	URL: https://liudi4.ps.me/
11. Gradnyi	вул. Градний узвіз, 2	Щодня 10:00 – 23:00	URL: https://gradnyi-rest.choiceqr.com/online-menu

12. Чевермето	вул. Дубнівська, 99а пр. Молоді, 12	Щодня 11:00-22:00	URL: https://chevermeto.com.ua/
13. Noble Restaurant	вул. Кривий вал, 39	Пн-пт: з 7:30 до 22:00 сб-нд: з 8:00 до 22:00	URL: https://menu.justo.com.ua/?v=preview670
14. MOJO FAMILY	MOJO hall, вул. Ковельська, 16	Пн-Чт 12:00-22:00 Пт-Нд 12:00-23:00	URL: https://mojo.lutsk.ua/menu
15. MOJO Sky Garden	Готельно-ресторанний комплекс MOJO (вул. Ковельська, 16)	Пн-Пт 07:00-11:00; 13:00-00:00 Сб-Нд 08:00-12:00; 13:00-00:00	URL: https://mojo.lutsk.ua/sky-garden/menu
16. Avocado Organic Food	вул. Сухомлинського, 1 (ТРЦ ПортСіті)	Щодня 10:00 – 22:00	URL: https://avocado-lu.choiceqr.com/
17. Пузата Хата	ТЦ ЦУМ, 5 поверх, пр. Волі, 1	Щодня 10:00-20:00	URL: https://puzatahata12-delivery.choiceqr.com/
18. Ресторан «Україна»	вул. Словацького, 2	Щодня 7:30 – 23:00	URL: https://restaurant-ukraine.choiceqr.com/menu/section:menyu/starter
19. Ресторан «Срібні лелеки»	вул. Чорновола, 17	Щодня 12:00 – 23:00	URL: https://sribni-leleky.choiceqr.com/menu
20. Пекарня-ресторан «Сулі Гулі»	вул. Набережна, 2 вул. Задворецька, 1а просп. Волі, 8а	Щодня вул. Набережна, 2: 08:00 – 21:00 вул. Задворецька, 1а: 07:00 – 19:00 просп. Волі, 8а: 10:00 – 22:00	URL: https://suliguli.com/delivery
21. Рибний ресторан «Чорноморка»	просп. Молоді 14а	Щодня 11:00 – 22:00	URL: https://chernomorka.ua/

22. Піцерія Беніссімо	вул. Данила Галицького, 16	Щодня 11:00 – 23:00	URL: https://benisimopizza-lc.vidido.info/
23. Піцерія-кав'ярня «Scorini.Сімейна»	ТРЦ «ПортСіті», 2 поверх (вул. В. Сухомлинського, 1)	Щодня 10:00 – 21:00	URL: https://scorini.tilda.ws/menu
24. Піцерія «Теревені»	вул. Лесі Українки, 57 просп. Соборності, 9а	Щодня 10:00 – 22:00	URL: https://www.tereveni.com.ua/
25. Піцерія Solo	просп. Відродження, 5А просп. Молоді, 7Б просп. Волі, 10	Щодня 11:00 – 22:00	URL: https://www.solopizza.online/ua/
26. Піцерія Фелічита	просп. Соборності, 11 просп. Волі, 11 вул. Івана Франка, 3	Щодня просп. Соборності, 11: 11:00 – 22:00; просп. Волі, 11: 11:00 – 21:00; вул. Івана Франка, 3: 08:00 – 20:00	URL: https://grandpersona.ua/uk/projects/felicita
27. Дядя Pizza	просп. Волі, 4в	Щодня 10:00 – 22:00	URL: https://dyadyapizza.com/
28. Променад кафе	Центральний парк імені Лесі Українки (вхід в парк)	Щодня 8:00 – 22:00	URL: https://lutskavenetsia.choiceqr.com/
29. 2s bakery	вул. Сенаторки Левчанівської, 5 просп. Відродження, 26г просп. Перемоги, 3	вул. Сенаторки Левчанівської, 5: пн-сб 09:00 – 21:00, нд 11:00 – 21:00 просп. Відродження, 26г: пн-сб 09:00	URL: https://www.instagram.com/2s_bakery_/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D

		– 21:00, нд 11:00 – 20:00 просп. Перемоги, 3: пн- сб 09:00 – 21:00, нд 11:00 – 20:00	
30. IDEALIST COFFEE CO.	просп. Волі, 8	Пн-пт 8:30 – 22:00 Сб-нд 9:00 – 22:00	URL: https://idealist-coffee.choiceqr.com/
31. НЕ ПРО ХЛІБ	просп. Волі, 9	Пн-пт 8:30 – 21:00 Сб-нд 9:00 – 21:00	URL: https://neprohlib.choiceqr.com/
32. Roslynka cafe	вул. Данила Галицького, 33	Пн-пт 10:00 – 20:00 Сб-нд 11:00 – 18:00	URL: https://www.instagram.com/roslynka.desserts?igsh=OTZ5cGc1YXUwanht
33. misto.cafe	вул. Богдана Хмельницького, 26	Щодня 09:00 – 22:00	URL: https://misto.cafe/en
34. Ціберек	вул. Винниченка, 2	Пн-пт 08:00 – 21:00 Сб-нд 10:00 – 22:00	URL: https://ciberek.choiceqr.com/
35. Кав'ярня «Золотий Дукат»	вул. Крилова, 11а	Пн-пт 08:00 – 21:00 Сб-нд 10:00 – 21:00	URL: https://www.instagram.com/zolotuy_dukat_lutsk/#
36. Kava Avenue	просп. Волі, 70 вул. Винниченка, 25 просп. Президента Грушевського, 29	Пн-пт 08:00 – 21:00 Сб-нд 10:00 – 21:00	URL: https://www.instagram.com/kava_avenue/#
37. Луцька Венеція	Центральний парк імені Лесі Українки, вулиця Глушець, біля Алеї парасоль	Пн-пт 08:00 – 21:30 Сб-нд 08:00 – 22:00	URL: https://www.instagram.com/lutska_venetsia/

	Парк імені 900-річчя Луцька, просп. Відродження, на водоймі парку		
38. Кав'ярня «Шарлотка»	вул. Богдана Хмельницького, 8	Щодня 8:00 – 20:00	URL: https://www.instagram.com/sharlotka_luts_k/
39. Loft	вул. Огієнка, 2а	Щодня 8:00 – 22:00	URL: https://www.instagram.com/loftcafelutsk/
40. AROMA KAVA	просп. Соборності, 43	Щодня 8:00 – 21:00	URL: https://aromakava.ua/
41. Капучіно	вул. Лесі Українки, 54 вул. І. Огієнка, 2а	Щодня 08:00 – 21:00	URL: https://cappuccino-lutsk.choiceqr.com/
42. Lemongrass noodlebar	РЦ «Промінь», просп. Грушевського, 2	Щодня 10:00 – 21:00	URL: https://urban-street-food.choiceqr.com/
43. Бранч-кафе «PUR PUR»	вулиці Яровиця, 17 (будівля ЖК «Яровиця»)	Пн-пт 08:00-22:00 Сб-нд 09:00-22:00	URL: https://cafe-purpur.choiceqr.com/uk/menu
44. Культ	проспект Волі, 57	Щодня 11:00 – 22:00	URL: https://kultdim.choiceqr.com/
45. BAR 11	просп. Волі, 11	Щодня 09:00 – 22:00	URL: https://grandpersona.ua/uk/projects/bar11/bar11
46. Білий налив	вул. Лесі Українки, 23	Пн-чт 11:00 – 22:00 Пт-нд 11:00 – 23:00	URL: https://bily-nalyv.choiceqr.com/section:menu/sidr
47. Бар «Земан»	вул. Винниченка, 69	Щодня 11:00 – 23:00	URL: https://www.instagram.com/zeman_bar.lutsk/

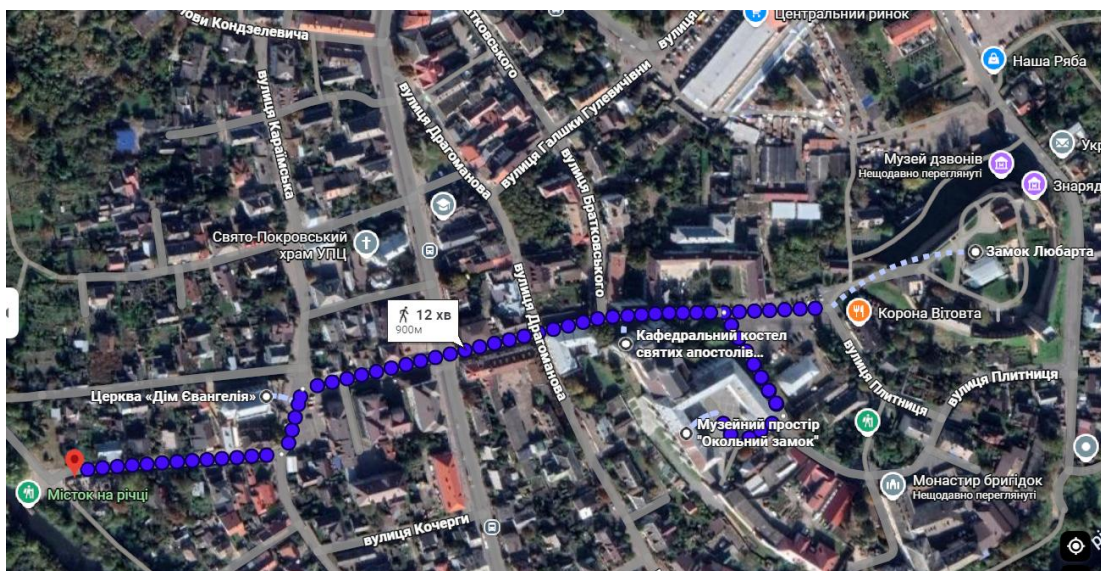
48. Карабас Барабас	вул. Винниченка, 4 просп. Молоді, 14а	Щодня 11:00 – 22:30	URL: https://www.karabasbarabas.com.ua/
49. ЛучеСк – паб	вул. Крилова, 1	Пн-чт 12:00 – 22:00 Пт-нд 12:00 – 23:00	URL: https://menu.ps.me/vTwauEYA5FM#slider-0
50. Паб «Oldskull»	просп. Волі, 15	Щодня 13:00 – 23:00	URL: https://www.instagram.com/pub_oldskull/
51. Пивний клуб «Оболонь» (Кораблик)	вул. Коперника, 8А	Щодня 10:00 – 23:00	URL: https://morepiva.global-devels.com/
52. П'яна Вишня	вул. Лесі Українки, 65	Щодня 11:00 – 22:00	URL: https://pianavyshnia.choiceqr.com/
53. М'ясо та Вогонь	просп. Перемоги, 1	Щодня 10:00 – 21:00	URL: https://www.instagram.com/meat_and_fire/
54. Happy Bakery	вул. Лесі Українки, 61	Щодня 8:00 – 21:00	URL: https://happybakery.choiceqr.com/
55. Gabar	просп. Волі, 54 вул. Львівська, 63Г	Пн-пт 8:00 – 21:00 Сб-нд 9:00 – 21:00	URL: https://gabar.com.ua/
56. «Кебабця»	вул. Крилова, 6	Щодня 10:00 – 22:00	URL: https://kebabtsia.com/
57. LAFA	вул. Лесі Українки, 52а просп. Соборності, 11в	Щодня 10:00 – 21:00	URL: https://www.instagram.com/lafa.lutsk/
58. «Я люблю кебаб»	вул. Лесі Українки, 55 вул. Винниченка, 4	Щодня 10:00 – 22:00	URL: http://ilovekebab.com.ua/
59. McDonald's	просп. Соборності, 43	Щодня 6:00 – 23:00	URL: https://restaurants.mcdonalds.ua/location-80400116

60. Skybar Family	ТЦ Гранд Волинь, 8-й поверх, просп. Волі, 42	Щодня 12:00 – 23:00	URL: https://sky8ar.com/
61. Lviv Croissants	вул. Винниченка, 2 просп. Соборності, 11Л просп. Відродження, 32а ТРЦ ПортСіті, вул. В. Сухомлинськог о, 1	Щодня 8:00 – 21:00	URL: https://lvivcroissants.com/ua

Джерело: розроблено автором за даними сайту центра туристичної інформації

Додаток Г

Відстань між атракціями в історичній частині Луцька



Додаток Д

Музеї Луцька

Назва	Адреса	Графік роботи	Вартість
1. Музей сучасного українського мистецтва Корсаків	вул. Корсака Івана, 1, КРЦ «Адреналін Сіті»	Пн-пт 12:00-20:00. Сб-нд 11:00-20:00	Повний – 200 грн Пільговий – 100 грн. Безкоштовний вхід для всіх – щосереди
2. Музей «Лесина вітальня»	вул. Драгоманова, 23	Щодня. Екскурсії проводяться за попереднім замовленням, замовити можна на касі Луцького замку	30 грн – дорослий, студентський; 20 грн – дитячий. Мінімальна вартість екскурсії: до 10 осіб – 500 грн
3. Музей книги	вул. Кафедральна, 1а	Зимовий період 10:00-17:00. Літній період 10:00-19:00	Відвідування музею входить у вартість вхідного квитка до Луцького замку
4. Музей дзвонів	вул. Кафедральна, 1а	Зимовий період 10:00-17:00. Літній період 10:00-19:00	Відвідування музею входить у вартість вхідного квитка до Луцького замку

5. Музей Волинської ікони	вул. Ярощука, 5	Пн – пт 10:00-18:00. Нд: 10:00-17:00. Вихідні: середа та субота	50 грн – дорослий; 30 грн – учні, студенти, пенсіонери
6. Художній музей	вул. Кафедральна, 1а	Ср – нд 10:00-18:00. Вихідні: понеділок, вівторок	Повний – 70 грн; пільговий – 50 грн.
7. Галерея LU	вул. Мялковського, 8	Вівторок, четвер, субота, з 11:00 до 19:00	Вхід вільний
8. Галерея 4/8	територія рекреаційного комплексу «City Park» (пр. Воли 49а)	Щодня	Вхід вільний
9. Музей Лесі Українки Волинського національного університету імені Лесі Українки	вул. Банкова, 9	Пн – пт 10:00-16:00 Вихідні: субота та неділя	Вхід вільний
10. Волинський регіональний музей українського війська та військової техніки	вул. На Таборищі, 6	Щодня 10:00-17:00	Вхідні квитки 50 грн – дорослий 30 грн – дитячий, студентський. Екскурсія музеєм 100 грн
11. Музей історії Луцького братства	вул. Кондзелевича, 5	10:00-18:00. Вихідний день: п'ятниця, субота	Повний квиток – 200 грн, пільговий – 100 грн.
12. Волинський краєзнавчий музей	вул. Шопена, 20	Вт-нд 10:00-18:00 Вихідний день – понеділок	повний квиток – 100 грн., пільговий – 50 грн.
13. Музей науки і техніки та промислового дизайну	КРЦ “Адреналін”, вул. Корсака Івана, 1	Пн-пт 12:00 – 20:00. Сб-нд 11:00 – 20:00	дорослі – 20 грн, школярі – 100 грн, вартість екскурсії – 800 грн

14. Галерея мистецтв Волинської організації національної спілки художників України	вул. Лесі Українки, 24а	Пн-пт 11:00 – 18:00. Сб-нд 11:00 – 15:00	Вхід вільний
---	----------------------------	---	--------------

Джерело: розроблено автором за даними сайту центра туристичної інформації

Інформація, яку показує QR-код біля кликуна

**Знайомтесь - Хвацькó і Прудкó!**

Вмілими і витривалими воїнами були луцькі кликуни. Адже окрім завдань замкової сторожі, вони ще й наглядали за пожежною безпекою в місті, а також були швидкими гінцями (вістовими). Бо княжі листи повинні були без затримок потрапляти до адресата. Найшвидшими серед кликунів були Хвацькó і Прудкó. Саме їм найчастіше довіряли доставку княжої кореспонденції, адже робили вони свою справу хвацько і прудко!

Фото Вадим Тесунов

Meet - Khvatskó and Prudkó (translated as "skillful and quick")!

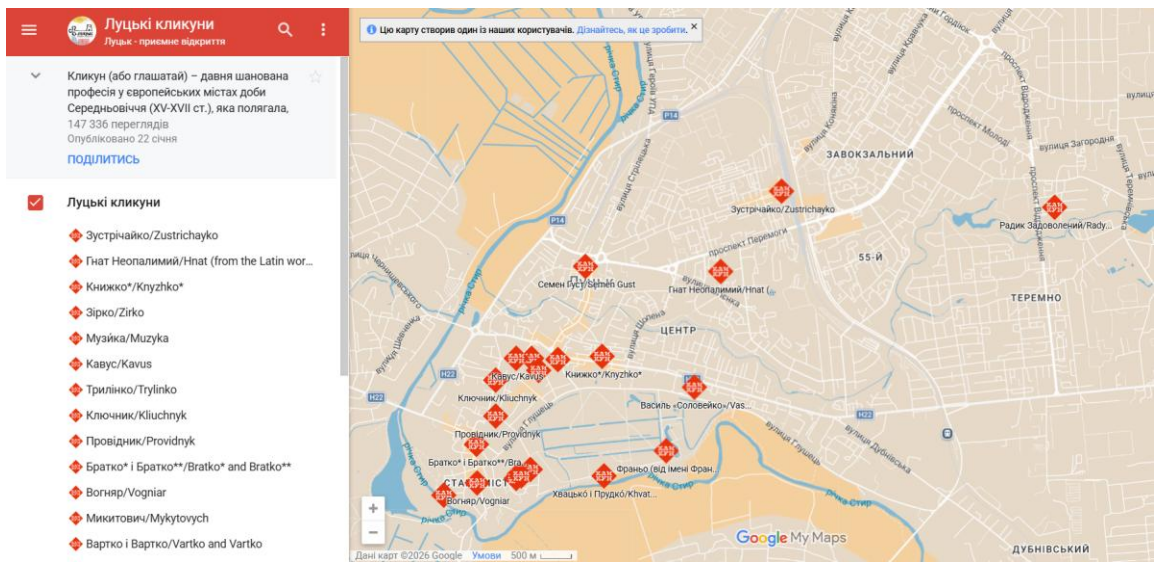
Lutsk klykuns were skilled and strong warriors. After all, in addition to the tasks of the castle guard, they also observed fire safety in the city and were also quick messengers (heralds). Because the prince's letters had to reach the recipient without delay. Khvatskó and Prudkó were the fastest among the klykuns. They were most often entrusted with the delivery of princely correspondence, because they did their work skillfully and quickly!

Photo by Vadym Tiesunov

Інтерактивна мапа кликунів

Додаток Є

Інтерактивні карта «Луцькі кликуни»



Додаток Ж

Найдовший будинок в світі



Додаток 3

Об'єкти туристичної інфраструктури представлені на інтерактивній карті

Категорії карти	Назва об'єкта
Транспорт та ТПЦ	Залізничний вокзал; Автостанція; Центр туристичної інформації м. Луцьк.
Історико-архітектурні пам'ятки	Луцький Замок; Кафедральний костел Петра і Павла; Башта князів Чорторийських; Лютеранська кірха; Будинок скульптора Голованя; Будинок Косачів; Свято-Троїцький кафедральний костел; Театральний майдан (центр Луцька); Хрестовоздвиженська церква Церква Покрови Пресвятої Богородиці.
Музеї та галереї	Музейний простір «Окольний замок»; Музей сучасного українського мистецтва Корсаків; Музей книги, Музей дзвонів, Художній музей; Галерея LU; Галерея 4/8; Музей Лесі Українки; Волинський регіональний музей українського війська та військової техніки; Музей історії Луцького братства; Волинський краєзнавчий музей; Музей науки і техніки та промислового дизайну; Музей Волинської ікони; Галерея мистецтв Волинської організації національної спілки художників України.
Готелі та хостели	«Mojo Boutique Hotel»; «Rhombus Hotel»; «Optima Collection River Park»; готель «Версаль»; готель «Рестпарк»; готель «Срібні лелеки»; «Noble Boutique Hotel»; готель «Україна»; готель «Кедем»; готель «Corner House»; готельний комплекс «Ірен-Чевермето»; міні-готель «Алекс»; готель «Околиця»; готель «Patio di Fiori»; «Space Apart Hotel»; готель «Профспілковий»; «Maximus Hotel»; готельно-

	ресторанний комплекс «Makis»; «Ribas Rooms Lutsk»; хостел «Парасолька»; арт-хостел «Адреналін»; хостел «Затишок»; хостел «Lutsk G84».
Парки	Центральний парк імені Лесі Українки; City Park; Парк імені 900-річчя Луцька; Луцький зоопарк.
Торгові центри	Розважальний центр «Промінь»; Центральний Універмаг (ЦУМ); Торгово-розважальний центр «ПортCity»; Культурно-розважальний центр «Адреналін Сіті».
Ресторани	Гастрогалерея «Корона Вітовта»; трапезна «Підземелля»; ресторан «ХлібСіль»; ресторація «Курінь»; ресторан «Show Basilic»; ресторація «Бравий Швейк»; ресторан «Gobi»; ресторан «Miss Fishka»; ресторан «Gradnyі»; ресторан «Люди»; ресторан «Чевермето»; ресторан «Ірен-Чевермето»; ресторан «Mojo Family»; ресторан «Mojo Sky Garden»; «Noble Restaurant».
Закусочні	Піцерія «Фелічита» - 3 об'єкта (просп. Соборності, 11; просп. Волі, 11; вул. Івана Франка, 3:); піцерія «Solo» - 2 об'єкта (просп. Відродження, 5А; просп. Молоді, 7Б); піцерія «Теревені» - 2 об'єкта (вул. Лесі Українки, 57; просп. Соборності, 9а); «Дядя Pizza»; «Пузата хата»; «Gabar»; «McDonald's»; «Собака Лу».
Кафе та кафетерії	Кафе «Promenad»; кав'ярня «Золотий Дукат»; «Луцька Венеція» - 2 об'єкти (Центральний парк імені Лесі Українки, вулиця Глушець, біля Алеї парасоль; Парк імені 900-річчя Луцька, просп. Відродження, на водоймі парку); «Marmelad cafe»; «Kava Avenue» - 3 об'єкта (просп. Волі, 70; вул. Винниченка, 25; просп.

	Президента Грушевського, 29); кав'ярня «Good Morning» - 4 об'єкта (вул. Глушець, 37А; просп. Відродження, 18б; просп. Соборності, 30; Київський майдан, 1); «AROMA KAVA».
Бари та паби	Бар «Культ»; «Skybar Family»; Пивний клуб «Оболонь»; «BAR 11»; «Карабас Барабас»; «ЛучеСк паб»; паб «Олдскул»

Джерело: розроблено автором за даними центру туристичної інформації