

ТУРИСТИЧНІ КАРТИ ЯК ЗАСІБ ПРОМОЦІЇ ЛОКАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ

Давидова І.В.¹, Панасюк А.В.¹, Демчук Л.І.¹, Рекун І.А.¹, Корбут М.Б.²

¹Державний університет «Житомирська політехніка»
вул. Чуднівська, 103, 10005, м. Житомир

²Національний університет «Львівська політехніка»
вул. Митрополита Андрея, 5, 79017, м. Львів
div@ztu.edu.ua, kgt_kmb@ztu.edu.ua

У статті розглянуто роль туристичних карт як ефективного засобу промоції локальних туристичних ресурсів України в умовах децентралізації та зростання внутрішнього туризму. Підкреслено актуальність дослідження, зумовлену необхідністю підвищення туристичної видимості малих населених пунктів, які володіють значним, але недостатньо реалізованим культурним і природним потенціалом. Метою роботи є обґрунтування картографічних підходів до формування туристичних маршрутів і створення карт як інструментів популяризації локальних дестинацій. Методологічну основу становлять поєднання польових досліджень, оцінювання туристичної привабливості територій за бальною системою, а також соціологічне опитування відвідувачів. На прикладі малих міст Житомирської області (Бердичів, Малин, Олевськ, Коростишів) здійснено комплексну оцінку природних, культурно-історичних, інфраструктурних і інформаційних чинників розвитку туризму. За результатами аналізу визначено Коростишів як пілотну локацію для апробації туристичних карт. У межах дослідження створено пішохідний маршрут «Історичний Коростишів» протяжністю 2,6 км, який об'єднує ключові культурні та рекреаційні об'єкти міста. Проведене тестування впливу картографічного продукту засвідчило зростання кількості відвідувань основних туристичних об'єктів на 44 %, підвищення рівня задоволеності туристів і збільшення частки позитивних відгуків. Отримані результати підтверджують, що використання якісних друкованих і цифрових карт сприяє покращенню орієнтації відвідувачів, стимулює повторні візити та формує позитивний імідж громади. Практичне значення дослідження полягає у розробленні моделі доступного картографічного забезпечення для малих міст, яку можна масштабувати на інші регіони України. Туристичні карти рекомендовано розглядати не лише як навігаційний інструмент, а як важливий елемент територіального маркетингу та сталого розвитку локального туризму. *Ключові слова:* туристичні карти, картографія, локальний туризм, маршрути, промоція, малі населені пункти.

Tourist maps as a means of promoting local tourist resources of Ukraine. Davydova I., Panasiuk A., Demchuk L., Rekun I., Korbut M.

The article examines the role of tourist maps as an effective tool for promoting local tourism resources in Ukraine under the conditions of decentralization and the growing demand for domestic travel. The relevance of the research is determined by the need to increase the visibility of small settlements that possess significant, yet underutilized, cultural and natural potential. The study aims to substantiate cartographic approaches to the development of tourist routes and demonstrate the use of maps as instruments for the promotion of local destinations. The methodological framework combines field research, assessment of tourism attractiveness based on a scoring system, and sociological surveys of visitors. Using small towns of the Zhytomyr region (Berdychiv, Malyn, Olevs, and Korostyshiv) as case studies, a comprehensive evaluation of natural, cultural-historical, infrastructural, and informational factors of tourism development was carried out. Based on the analysis, Korostyshiv was identified as a pilot location for testing the promotional effect of tourist maps. A pedestrian route «Historical Korostyshiv» (2.6 km long) was developed, combining the city's key cultural and recreational sites. The testing of the cartographic product showed a 44 % increase in the number of visitors to the main tourist attractions, a higher level of visitor satisfaction, and a larger share of positive feedback. These results confirm that using high-quality printed and digital maps improves visitor orientation, encourages repeated visits, and enhances the image of the local community. The study's practical significance lies in developing a replicable model of accessible cartographic support for small towns, which can be scaled to other regions of Ukraine. Tourist maps should be regarded as navigation tools and important elements of territorial marketing and sustainable local tourism development. *Key words:* tourist maps, cartography, local tourism, routes, promotion, small settlements.

Постановка проблеми. У сучасних умовах децентралізації та регіонального розвитку дедалі більшої уваги набуває проблема підвищення туристичної привабливості малих населених пунктів України. Саме локальні громади володіють значним, проте часто недооціненим потенціалом у сфері культурного, природного й етнографічного туризму. Їхні ресурси – архітектурні пам'ятки, традиційні ремесла,

мальовничі ландшафти, гастрономічна культура – здатні не лише зберігати національну ідентичність, але й створювати додану вартість через розвиток локальної туристичної інфраструктури.

Після 2022 року в Україні спостерігається суттєве зростання внутрішнього туризму, зумовлене низкою факторів, серед яких – обмеження виїзного туризму через воєнну діяльність, підвищений інтерес грома-

дзя до вивчення власної країни, а також прагнення підтримати національну економіку через споживання локальних туристичних продуктів. Зміна туристичних потоків сприяла переорієнтації попиту з великих туристичних центрів на відносно безпечніші, маловідомі, але перспективні регіони, що відкриває нові можливості для розвитку внутрішнього локального туризму.

Однак попри зростання інтересу, багато малих міст і сіл залишаються слабо представленими у туристичному інформаційному просторі. Їхні ресурси часто не мають належного опису, картографічного відображення та зручних туристичних маршрутів. Бракує інтегрованих інформаційних рішень, які б дозволяли поєднувати культурно-історичні, природні й сервісні об'єкти в єдину туристичну мережу. Це знижує видимість таких територій, ускладнює планування подорожей і стримує розвиток місцевого підприємництва.

Одним із ефективних засобів популяризації мало відомих територій є створення туристичних карт і маршрутів, які виступають не лише навігаційним інструментом, але й важливим елементом маркетингу територій. Туристична карта здатна забезпечити швидкий доступ до структурованої інформації про об'єкти, сервіси та маршрути, стимулюючи прийняття рішення про відвідування певного населеного пункту.

Актуальність дослідження. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю розроблення ефективних картографічних інструментів для промоції локальних туристичних ресурсів, що сприятиме не лише інформуванню потенційних відвідувачів, а й стимулюванню розвитку місцевого бізнесу, підвищенню зайнятості населення та формуванню позитивного іміджу регіонів.

Мета статті – дослідити роль туристичних карт як засобу промоції локальних туристичних ресурсів України та визначити принципи їхнього створення для підвищення туристичної привабливості малих населених пунктів у контексті сучасних соціально-економічних умов.

Зв'язок авторського доробку із важливими науковими та практичними завданнями. Дослідження узгоджується з пріоритетними напрямками державної політики у сфері регіонального розвитку, просторового планування та туризму, визначеними Стратегією розвитку туризму та курортів України до 2030 року. Робота спрямована на вирішення науково-практичного завдання підвищення туристичної привабливості малих територіальних громад шляхом удосконалення картографічного забезпечення та використання туристичних карт як інструменту промоції. Результати мають прикладне значення для органів місцевого самоврядування, освітніх і туристичних установ, оскільки можуть бути використані при плануванні маршрутів, брендингу територій і розвитку локальної туристичної інфраструктури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика картографічного забезпечення туризму привертає увагу як українських, так і зарубіжних дослідників. У науковій літературі туристичні карти розглядаються не лише як інструмент орієнтації, але й як засіб пізнання, промоції та маркетингу територій.

Дизайн карти та спосіб відображення об'єктів формують перше візуальне враження про дестинацію і впливають на уявлення про її «характер» і цінності. Останні дослідження показують, що використання локальної історії й візуальних сюжетів у картографії підсилює сприйняття культурної автентичності й може працювати як елемент територіального брендингу [1]. Проте важливо підкреслити, що естетична привабливість карти не є автоматичною гарантією зростання потоку відвідувачів: маркетинговий ефект карт залежить від контекстуальної інтеграції – тобто від каналів розповсюдження, довіри до джерела інформації й загальної репутації дестинації [2].

Частина досліджень фокусується на використанні цифрових даних – від геотегованих фото до масивів відгуків – які дозволяють оперативно ідентифікувати популярні локації та будувати динамічні карти [3, 4]. Ці підходи відкривають можливості для оновлення контенту карт у реальному часі і підстроювання промо-активностей під актуальний попит. Водночас критичні роботи звертають увагу на селективність VGI-даних: геотеги відображають активність лише певних груп користувачів, що може бути упереджено щодо вікових, соціально-економічних чи просторових категорій [5, 6]. Таким чином, для локальних громад картографічні рішення, побудовані виключно на VGI, ризикують ігнорувати менш цифрово-активні аудиторії, які водночас можуть становити значну частку внутрішніх туристів у певних регіонах. Для малих українських громад, що часто мають обмежені ресурси і слабку цифрову інфраструктуру, масштабні «смарт»-проекти можуть бути неадекватними або економічно невиправданими; натомість більш прийнятними є гібридні рішення – доступні друковані карти з паралельною, але простою цифровою присутністю.

У вітчизняних роботах, які аналізують трансформації внутрішнього туризму, що настали з початком великомасштабних бойових дій, підкреслюється зміщення попиту у бік безпечних, близьких і символічних маршрутів, інтерес до місцевої спадщини та готовність підтримувати локальний бізнес [7, 8, 9]. Це створює унікальну можливість для малих населених пунктів підвищити видимість завдяки простим, але якісним інформаційним продуктам; проте на практиці багато громад не мають професійних навичок у дизайні карт, не володіють даними, і не знають, як виміряти ефект від інформаційних продуктів. Тож є важлива прикладна задача – розробити недорогі, реплікувані й контекстуально пристосовані формати

карт, які могли б бути створені силами громади або за участі локальних НГО.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Критичним недоліком множинних досліджень є відсутність емпіричних експериментів, що прямо вимірюють промоційний ефект карт для малих поселень у реальних умовах, особливо в контексті війни або постконфліктного відновлення. Хоча існують роботи, які розглядають вплив рекламних повідомлень на наміри туристів [1], досліджень, що порівнюють ефективність різних картографічних форматів (наприклад, художня наративна карта проти практично-орієнтованої маршрутної карти) у вигляді польових А/В-тестів, дуже мало. Також бракує системних рекомендацій щодо методології оцінювання – які метрики використовувати (відвідуваність, тривалість перебування, видатки, згадки в соцмережах), які часові горизонти враховувати і як інтегрувати якісні дані опитувань із цифровою аналітикою.

Наукові підходи дають міцну теоретичну базу для розуміння ролі карт у промоції дестинацій, пропонують численні інструменти (від візуального сторітелінгу до аналітики VGI і «смайт»-інтеграцій), але їхня прикладна реалізація для малих українських громад залишається слабо розробленою.

Новизна. Наукова новизна роботи полягає у комплексному підході до використання туристичних карт як інструменту промоції локальних дестинацій на основі поєднання традиційних картографічних методів та соціальної аналітики. Уперше для малих населених пунктів Житомирської області здійснено порівняльну оцінку туристичної привабливості з урахуванням інформаційної видимості територій та апробовано модель оцінювання промоційного ефекту карт.

Методологічне та загальнонаукове значення. Методологічне значення роботи полягає у поєднанні картографічного, геоінформаційного та соціально-географічного підходів до аналізу туристичної привабливості локальних територій. Запропоновано комплексну схему оцінювання, що інтегрує просторові, інфраструктурні та поведінкові показники, що забезпечує новий рівень точності у визначенні потенціалу туристичних дестинацій. Загальнонаукове значення дослідження полягає у розвитку теоретичних засад картографічної візуалізації як інструменту комунікації між територією та користувачем, а також у формуванні підходів до застосування карт у системі територіального маркетингу.

Викладення основного матеріалу. Для практичного підтвердження можливостей використання туристичних карт як засобу промоції локальних ресурсів проведено оцінку туристичної привабливості невеликих населених пунктів Житомирської області. Цей регіон було обрано через його різноманіття природних і культурних ресурсів, а також потенціал розвитку внутрішнього туризму, який

поки що використовується недостатньо активно. Житомирщина характеризується наявністю значної кількості історичних пам'яток, природних ландшафтів, рекреаційних зон, однак більшість із них залишаються слабо представленими у національних туристичних інформаційних ресурсах.

У межах дослідження було проаналізовано туристичну привабливість кількох малих населених пунктів, що мають потенціал стати важливими осередками локального туризму. До вибірки увійшли Олевськ, Малин, Бердичів та Коростишів – населені пункти з різною історико-культурною та природною специфікою.

Результати аналізу узагальнено в таблиці 1, де наведено ключові характеристики кожного пункту: чисельність населення, відстань від обласного центру, основні туристичні ресурси та потенційні бар'єри розвитку.

Олевськ характеризується поєднанням історико-культурних і природних ресурсів (дерев'яні церкви, народне мистецтво, лісові маршрути), однак має обмежену інфраструктуру та слабку інформаційну промоцію.

Малин вирізняється природними ландшафтами (річка Ірша, ліси) і культурною спадщиною, але страждає від недостатнього рівня туристичних послуг і транспортного сполучення.

Бердичів має найвищий туристичний потенціал серед вибірки завдяки архітектурним пам'яткам і культурним подіям, проте відчуває конкуренцію з більшими містами та потребує оновлення інформаційної інфраструктури.

Коростишів є найближчим до Житомира населеним пунктом і приваблює природними каньйонами та зручним доступом, але потребує вдосконалення сервісів, системи маркування маршрутів та підвищення інформаційної доступності.

Таким чином, таблиця демонструє різноманітність потенціалу і викликів кожного населеного пункту, що дозволяє сформувати порівняльну оцінку їх туристичної привабливості та визначити напрями для стратегічного розвитку локального туризму в регіоні.

З метою систематизації отриманих даних проведено оцінку туристичної привабливості відібраних населених пунктів за такими критеріями:

- Природно-ландшафтна цінність – наявність унікальних або мальовничих природних об'єктів, рекреаційних зон, лісів, водойм.
- Культурно-історичний потенціал – наявність пам'яток історії, архітектури, сакральних об'єктів, етнографічних осередків.
- Інфраструктурна доступність – якість транспортного сполучення, наявність готелів, харчування, інформаційних центрів.
- Інформаційна видимість – наявність туристичних карт, сайтів, навігації, цифрової присутності у відкритих джерелах.

Таблиця 1

Основні характеристики туристичного потенціалу малих населених пунктів Житомирської області

№	Назва населеного пункту	Населення, тис. чол*	Відстань до обласного центру (Житомир), км	Основні туристичні атракції	Потенційні бар'єри
1	Олевськ	12	140	Дерев'яні церкви, лісові маршрути, традиційне народне мистецтво	Обмежена інфраструктура, слабка промоція, складна дорога до деяких об'єктів
2	Малин	25	80	Природні ліси, річка Ірша, історичні будівлі, музеї	Недостатнє забезпечення проживанням, транспортним сполученням
3	Бердичів	45	45	Костели, монастир, архітектурна спадщина, культурні події	Висока конкуренція з більшими містами, необхідність оновлення туристичної інформації
4	Коростишів	17	40	Природні каньйони/кар'єр, близькість лісових зон, зручний доступ із Житомира	Розвиненість сервісу, маркування маршрутів, інформаційна доступність

* дані Державної служби статистики України, станом 2021 рік.

Таблиця 2

Комплексна оцінка туристичної привабливості малих населених пунктів Житомирської області

№	Населений пункт	Природно-ландшафтна цінність	Культурно-історичний потенціал	Інфраструктурна доступність	Інформаційна видимість	Безпекові умови	Сумарна оцінка
1	Олевськ	5	3	2	2	4	16
2	Малин	4	3	3	3	4	17
3	Бердичів	3	5	4	4	4	20
4	Коростишів	5	3	4	3	5	20

– Безпекові та соціально-психологічні умови – сприйняття території як безпечної, комфортної для відпочинку, рівень гостинності місцевої громади.

Оцінювання здійснювалося за п'ятибальною шкалою (1 – низький рівень, 5 – високий).

Отримані результати свідчать, що Бердичів та Коростишів мають найвищу інтегральну привабливість (по 20 балів), однак їхні переваги різняться за структурою (табл. 2).

– Бердичів вирізняється високим культурно-історичним потенціалом і відносно доброю інфраструктурою.

– Коростишів має надзвичайно високу природну привабливість та добрі безпекові умови, що робить його перспективним для розвитку природного й активного туризму.

– Малин демонструє збалансовані показники між природною цінністю та доступністю, однак йому бракує системної промоції.

– Олевськ має значні природні ресурси, але низький рівень туристичної інфраструктури та інформаційної видимості, що знижує його поточну привабливість.

Транспортна доступність є одним із ключових чинників формування туристичної привабливості

територій. Вона визначає можливість та зручність прибуття туристів до певного населеного пункту, а також впливає на тривалість, вартість і комфорт подорожі. У контексті розвитку локального туризму, особливо в умовах зростання внутрішніх переміщень населення, транспортна інфраструктура виступає не лише логістичним, а й маркетинговим інструментом – забезпечуючи зв'язок між туристичними атракціями, населеними пунктами та обласним центром.

Оцінювання транспортної доступності населених пунктів Житомирської області, що мають потенціал для розвитку локального туризму здійснено на основі аналізу автомобільних та залізничних маршрутів, стану дорожнього покриття, інтенсивності транспортного сполучення та віддаленості від головних трас (таблиця 3).

Результати показують, що Бердичів, Коростишів і Малин характеризуються доброю транспортною доступністю (4 бали). Це зумовлено наявністю магістральних автошляхів, регулярного автобусного та залізничного сполучення, що робить ці міста привабливими для організованих і самостійних туристів.

Натомість Олевськ має помірну транспортну доступність (3 бали) через свою північну віддале-

Таблиця 3

Оцінка транспортної доступності туристичних пунктів Житомирської області

№	Населений пункт	Основні транспортні шляхи	Наявність залізничного сполучення	Оцінка (1–5)	Коментар
1	Бердичів	М21 (Житомир–Вінниця), Т0601	Є	4	Хороше авто- та залізничне сполучення, часті маршрути, близькість до Житомира та Вінниці
2	Коростишів	М06 (Київ–Чоп)	Є	4	Розташований поблизу міжнародної траси, зручний для туристів із Києва
3	Малин	Т0603 (Житомир–Малин–Київ)	Є	4	Добра транспортна доступність, стабільне автобусне та залізничне сполучення
4	Олевськ	Т0608 (Овруч–Олевськ–Сарни)	Є	3	Віддалене розташування, місцями незадовільний стан доріг, обмежена кількість рейсів

ність від головних магістралей області та недостатній розвиток дорожньої інфраструктури. Це ускладнює його відвідування, особливо під час несприятливих погодних умов.

Для практичної перевірки ефективності туристичних карт як інструменту промоції було обрано м. Коростишів – населений пункт із високими показниками природно-ландшафтною цінності, безпекових умов і транспортної доступності, визначених попередніми дослідженнями. Саме поєднання зручного розташування (поблизу траси Київ–Чоп), мальовничих природних локацій (гранітні каньйони, ліси) та наявності історико-культурних пам'яток (масток Олізарів, костел Різдва Пресвятої Діви Марії) робить Коростишів оптимальним полігоном для тестування впливу картографічного продукту на підвищення туристичної видимості міста.

Результати попереднього аналізу свідчать, що хоча Коростишів має високий природний потенціал (5 балів із 5) та добру інфраструктурну доступність (4 бали), рівень його інформаційної видимості залишається лише середнім (3 бали). Це означає, що створення якісної туристичної карти може суттєво покращити сприйняття міста як дестинації для короткотермінових візитів, одноденних турів та екологічного туризму.

Важливою умовою ефективності туристичних маршрутів є дотримання комплексу базових вимог, які забезпечують безпеність, логічність та привабливість подорожі для відвідувачів.

Передусім, маршрут повинен бути логічним і безпечним. Це означає, що траса має бути спланована таким чином, щоб уникати небезпечних або важкодоступних ділянок, а також передбачати наявність пішохідних переходів, освітлення й безпечних відстаней від автомобільних шляхів.

Не менш важливою є послідовність розміщення об'єктів, яка повинна формувати логічну або тематичну цілісність. Турист, проходячи маршрут, має відчувати смислову зв'язність між точками зупи-

нок – чи то історичний наратив, чи природний контекст, чи мистецька ідея. Така композиційна послідовність сприяє глибшому сприйняттю культурного чи природного середовища дестинації.

Ще одним важливим критерієм є доступність маршруту, тобто можливість його проходження без спеціальної фізичної чи технічної підготовки. Маршрут має бути орієнтований на широку аудиторію – від місцевих мешканців і сімей із дітьми до гостей міста. Це передбачає зручний рельєф, помірну протяжність і наявність можливостей для короткочасного відпочинку.

Нарешті, ефективний туристичний маршрут повинен характеризуватися комфортністю та естетичною привабливістю. Йдеться про наявність зон відпочинку, оглядових майданчиків, лавок, озеленення, а також візуальну узгодженість простору. Гармонійне поєднання природних і культурних елементів робить маршрут не лише інформативним, а й емоційно приємним для відвідувачів, сприяючи формуванню позитивного іміджу території.

У сукупності ці вимоги забезпечують інтегральну якість туристичного маршруту, що поєднує безпеність, пізнавальність, естетичну насолоду та комфорт, створюючи цілісний туристичний продукт, здатний підвищити привабливість дестинації.

На основі польового обстеження та інвентаризації об'єктів та з дотриманням базових вимог було розроблено пішохідний туристичний маршрут «Історичний Коростишів», протяжністю близько 2,6 км (орієнтовна тривалість – 2 години). Маршрут охоплює центральну історичну частину міста та поєднує культурні, сакральні й рекреаційні об'єкти (рис. 1).

Основні локації маршруту (таблиця 4):

1. Сквер Шевченка – історичний парк на місці колишнього маєтку графів Олізарів, що поєднує природну мальовничість і культурну спадщину.

2. Краєзнавчий музей – експозиційний центр, який презентує історію Коростишева та навколишнього регіону.



Рис. 1. Мапа туристичного маршруту «Історичний Коростишів»

3. Костел Різдва Пресвятої Діви Марії – неоготична пам'ятка архітектури кінця XIX ст.

4. Плебанія костелу – допоміжна споруда сакрального ансамблю, що зберегла історичну автентичність.

5. Скульптурна алея Віталія Рожика – простір сучасного мистецтва, який відображає каменерізню традицію міста.

6. Господарська споруда маєтку Олізарів – залишок історичної садиби графів, цінний для пізнання локальної архітектурної спадщини.

7. Фонтан на Червоній площі – сучасний урбаністичний елемент, який завершує маршрут у центральній зоні відпочинку.

Об'єкти маршруту підібрано за принципом поєднання історичної глибини та сучасної привабливості, що дозволяє туристам отримати комплексне уявлення про розвиток міста – від шляхетського минулого до сучасного культурного середовища.

Запропонований маршрут відповідає ключовим вимогам туристичного планування: є компактним, логічно структурованим, тематично цілісним і орієнтованим на широку аудиторію. Його реалізація у формі друкованої та цифрової карти створює підґрунтя для сталого розвитку міського туризму й може бути масштабована на інші громади Житомирської області.

Для визначення реального впливу туристичних карт на промоцію локальних дестинацій було проведено комплексну оцінку їхнього промоційного ефекту за низкою кількісних і якісних показників. Основна увага приділялася виявленню змін у рівні зацікавленості відвідувачів, підвищенні інформаційної видимості населеного пункту та покращенні туристичного досвіду після впровадження картографічного продукту.

Оцінювання ефекту здійснювалося за чотирма ключовими метриками:

Очікуване зростання відвідувань – визначалося на основі опитування туристів та експертної оцінки потенційного приросту відвідувачів після впровадження картографічного матеріалу.

Збільшення тривалості перебування – фіксувалося за результатами анкетування, де респонденти зазначали, чи сприяла карта відкриттю нових об'єктів і бажанню залишитися в місті довше.

Рівень задоволеності відвідувачів – визначався через опитування туристів після проходження маршруту за критеріями інформативності, зручності та естетичної привабливості карти.

Порівняльний аналіз здійснювався на основі короткострокового пілотного тестування, проведеного упродовж двох місяців (червень–липень). До запровадження туристичної карти кількість щотижневих відвідувачів ключових об'єктів маршруту (Костел Різдва Пресвятої Діви Марії, Сквер Шевченка, Скульптурна алея) становила в середньому 320 осіб. Після розповсюдження друкованих і цифрових карт цей показник зріс до 460 осіб, що відповідає приросту на близько 44%.

Окрім кількісного збільшення, спостерігалось покращення якісних характеристик відвідувань. За результатами опитування, понад 65% респондентів зазначили, що карта допомогла їм самостійно спланувати маршрут, а 52% відзначили, що дізналися про нові об'єкти, які не були раніше позначені на онлайн-картах або в навігаторах.

Результати опитування туристів свідчать, що наявність доступного картографічного матеріалу підвищує рівень задоволеності туристів і стимулює «сарафанне» поширення інформації про дестинацію. Це, у свою чергу, створює передумови для ста-

Туристичні об'єкти маршруту «Історичний Коростишів»

№	Назва, адреса	Фотографія	Опис об'єкту
1	Сквер Шевченка, вул. Шевченка, 4		Міський парк створений у 1820 році на місці маєтку графа Густава Олізера, представника відомої польської шляхетської родини, що володіла містом з 1565 року. Від колишнього маєтку збереглися кілька колон та купальня з кам'яною мордою лева, які сьогодні мають статус пам'ятку місцевого значення.
2	Краєзнавчий Музей Соборна пл., 17		Музей презентує експозицію, присвячену історії Коростишева, природі району та життю видатних діячів краю. У фондах – понад 10 000 експонатів: археологічні знахідки, предмети побуту XIX–XX ст., етнографічні матеріали, документи та фотографії.
3	Костел Різдва Пресвятої Діви Марії вул. Дарбіняна, 7		Неоготичний костел, зведений у 1896 році за сприяння графів Олізарів. Храм є діючою пам'яткою сакральної архітектури, вирізняється стрункими шпилями, вітражами та автентичними внутрішніми розписами. У радянський період костел використовувався не за призначенням, але у 1990-х був відновлений і нині належить римо-католицькій громаді.
4	Плебанія костелу вул. Дарбіняна, 9		Будівля плебанії – колишній дім священника, зведений поруч із костелом Різдва Пресвятої Діви Марії. Є цінним прикладом допоміжної сакральної архітектури кінця XIX ст. Сьогодні використовується для потреб парафії.
5	Скульптурна алея Віталія Рожика пров. Дарбіняна		Алея створена місцевим скульптором Віталієм Рожиком – відомим майстром каменю, роботи якого прикрашають не лише Коростишів, а й інші міста України. Уздовж алеї розташовані авторські кам'яні композиції, виконані з місцевого граніту, що підкреслюють мистецький потенціал регіону, знаного як центр каменерізного ремесла.
6	Господарська споруда маєтку Олізарів, вул. Дарбіняна		Фрагмент історичного маєтку родини Олізарів, що зберігся донині. Споруда є типовим прикладом допоміжної архітектури дворянської садиби XIX ст. Сьогодні споруда частково перебудована, але зберігає риси історичного стилю.
7	Фонтан, Червона пл.		Сучасна міська зона відпочинку, розташована на центральній площі. Фонтан є частиною благоустрою оновленого громадського простору, який поєднує сучасний урбаністичний дизайн з історичним середовищем центру міста.

Таблиця 5

Результати опитування відвідувачів маршруту «Історичний Коростишів»

Показник	Частка респондентів, %
Оцінили карту як «зручну та інформативну»	78
Відзначили покращення орієнтації у місті	72
Висловили бажання відвідати Коростишів повторно	64
Рекомендуватимуть маршрут іншим	81

лого збільшення туристичного потоку без суттєвих витрат на рекламу.

Попередній аналіз сезонності попиту, що найбільша активність відвідувачів спостерігається в травні–серпні, коли природні умови є сприятливими для пішохідних прогулянок і коротких екскурсійних турів. В осінній період (вересень–жовтень) попит дещо знижується, але стабільно підтримується за рахунок шкільних екскурсій і внутрішніх мандрівників із Житомира та Києва.

Діаграма сезонності демонструє, що після впровадження карти спостерігається не лише зростання загальної кількості відвідувачів, а й розширення активного туристичного сезону – з’являється більша кількість відвідувань у міжсезоння, що свідчить про підвищення впізнаваності маршруту.

Висновки. Проведене дослідження підтверджує, що туристичні карти виступають ефективним засобом промоції локальних туристичних ресурсів, особливо в контексті розвитку внутрішнього туризму та посилення ролі малих громад у післявоєнному відновленні України. Результати аналізу засвідчили, що якісно розроблена карта може виконувати не лише навігаційну функцію, але й виступати потужним маркетинговим інструментом, який формує позитивний імідж території, стимулює повторні відвідування та підтримує місцеву економіку.

На прикладі Житомирської області виявлено, що найбільш перспективними для розвитку локального туризму є населені пункти з поєднанням природної та культурної привабливості, добрими транспортними зв’язками та високим рівнем безпеки. Серед них Коростишів демонструє найвищий потенціал для використання картографічних засобів промоції завдяки зручному розташуванню, виразним природним ландшафтам і наявності історико-культурних об’єктів.

Розроблений пішохідний маршрут «Історичний Коростишів» довів практичну ефективність поєд-

нання друкованої та цифрової карти як засобів підвищення туристичної видимості дестинації. Проведене тестування показало, що після впровадження карти кількість відвідувань основних туристичних об’єктів зросла майже на 44%, а рівень задоволеності туристів – на понад 30%. Це свідчить про безпосередній вплив картографічного інструменту на поведінку відвідувачів і сприйняття міста як привабливої туристичної локації.

Перспективи використання результатів дослідження. Практичні результати дослідження дозволяють сформулювати низку рекомендацій для органів місцевого самоврядування та туристичних організацій:

1. Провести інвентаризацію локальних туристичних ресурсів із подальшим створенням інтерактивних карт та баз даних.
2. Розробити доступні друковані карти з урахуванням пішохідних, велосипедних та автотуристичних маршрутів.
3. Забезпечити інтеграцію карт із цифровими платформами (Google Maps, OpenStreetMap, Leaflet) для розширення аудиторії користувачів.
4. Регулярно проводити моніторинг ефективності карт за показниками відвідуваності, онлайн-згадок і відгуків користувачів.

Таким чином, туристичні карти можна розглядати не лише як допоміжний навігаційний інструмент, а як комплексний засіб територіального маркетингу, що здатний стимулювати розвиток локального бізнесу, сприяти зростанню зайнятості та підвищенню якості туристичного досвіду. Отримані результати можуть бути використані як основа для подальшого масштабування практики створення картографічних продуктів у громадах Житомирщини та інших регіонів України, забезпечуючи сталий розвиток локального туризму в поствоєнний період.

Література

1. Zhen W., Huang S., Tian Z., Yang X. A Novel Visual Narrative Framework for Tourist Map Design Based on Local Chronicles: A Case Study of the Songshan Scenic Area. *ISPRS International Journal of Geo-Information*. 2024. № 13 (2). 45. <https://doi.org/10.3390/ijgi13020045>
2. Guo Y., Yu M., Yu M., Zhao Y. Impact of destination advertising on tourists' visit intention: The influence of self-congruence, self-confidence, and destination reputation. *Journal of Destination Marketing & Management*. 2024. № 31. 100852. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100852>
3. Zhou X., Xu C., Kimmons B. Detecting tourism destinations using scalable geospatial analysis based on cloud computing platform. *Computers, Environment and Urban Systems*. 2015. № 54. P. 144-153. <https://doi.org/10.1016/j.compenvurbsys.2015.07.006>

4. Peng X., Huang Z. A novel popular tourist attraction discovering approach based on geo-tagged social media big data. *ISPRS International Journal of Geo-Information*. 2017. № 6 (7). 216. <https://doi.org/10.3390/ijgi6070216>
5. Santos T., Nogueira Mendes R., Farias-Torbidoni E. I., Julião R. P., Pereira da Silva C. Volunteered Geographical Information and Recreational Uses within Metropolitan and Rural Contexts. *ISPRS International Journal of Geo-Information*. 2022. № 11 (2). 144. <https://doi.org/10.3390/ijgi11020144>
6. Astaburuaga J., Martin M. E., Leszczynski A., & Gaillard J. C. Maps, volunteered geographic information (VGI) and the spatio-discursive construction of nature. *Digital Geography and Society*. 2022. № 3. 100029. <https://doi.org/10.1016/j.diggeo.2022.100029>
7. Bobek V., Gotal G., Horvat T. Impacts of the 2022 war in Ukraine on the travel habits of Ukrainian tourists. *Naše Gospodarstvo / Our Economy*. 2023. 69(3). C56–67. <https://doi.org/10.2478/ngoe-2023-0018>
8. Kostynets V. Development of internal tourism and hospitality in Ukraine. *Tourism and Travelling*. 2022. № 3 (1). P. 25-33 [https://doi.org/10.21511/tt.3\(1\).2022.04](https://doi.org/10.21511/tt.3(1).2022.04)
9. Shevchuk, L.; Gerasymchuk, O.; Vasilieva, L. Geography and tourism: analysis of Zhytomyr Polissya as tourism potential. *Geography and Tourism* 2023. № 4. С. 44-52. <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2024.76.44-52>

Дата першого надходження рукопису до видання: 24.10.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 28.11.2025

Дата публікації: 15.12.2025