



ПРОЄКТНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ КВЕСТІВ

Ноздріна Лариса Василівна,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та інформаційних технологій
Львівського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»
e-mail: larisa@pancha.lviv.ua; ORCID ID: 0000-0002-9542-920X

Анотація. Описано значення туристичної сфери як важливої складовою економіки нашої держави, що функціонує в умовах гострої світової конкуренції. Зазначено, що адаптація туристичної сфери до вимог сталого розвитку вимагає сучасних проектних підходів до впровадження на макрорівні інноваційних туристичних послуг. Досліджено засади розвитку туристичної галузі економіки як зовнішнього середовища реалізації проєктів, проаналізовано ринок туристичних послуг в Україні та м. Львові зокрема. Зазначено, що Львів — один із провідних культурних центрів Східної Європи, місто з високим рівнем інфраструктури, сервісу та безпеки і місто з подіями світового рівня. Визначено місце проєктів квестів у загальній системі класифікації туристичних проєктів на засадах сталого туризму. Запропоновано підходи до створення інноваційних туристичних проєктів, продуктом яких є квести. Класифіковано проєкт туристичного вебквесту за: 1) технологією (проєкт Інтернет-технологій); 2) видом продукту (вебресурс), класом продукту (Інтернет-портал); 3) діяльністю (розроблення). Зазначено, що проєкт розроблення вебквесту є комбінованим: і туристичним, й ІТ одночасно. На прикладі запропонованого квесту «Знайди лева» описано концепцію проєкту.

Ключові слова: сталий туризм, туристична послуга, квест, проєктний підхід, інноваційні туристичні проєкти, вебсайт.

Формул: 0; рис.: 2; табл.: 2; бібл.: 13.

PROJECT APPROACHES TO CREATING TOURIST QUESTS

Nozdrina Larisa,
Ph. D. in Economics, Associated Professor,
Associated Professor of the Department of Economics and Information Technologies
of the Lviv Educational-Scientific Institute
of SHEI «Banking University»
e-mail: larisa@pancha.lviv.ua; ORCID ID: 0000-0002-9542-920X

Abstract. The article describes that the tourism sector is an important component of the economy of our country, which nowadays is in conditions of rigid world competition. It is noted that adaptation of the tourism sector to the requirements of sustainable development requires modern design approaches to the introduction of innovative tourism services at the macro level. The principles of development of the tourist industry of the economy as an external environment for the implementation of projects are analyzed, in particular, the place of the tourist services in Ukraine and the city of Lviv is determined. It is noted that Lviv is one of the leading cultural centers of Eastern Europe, a city with a high level of infrastructure, service and security, and a city with world-class events. The place of quest projects in the general classification system of tourist projects on the basis of sustainable tourism is determined. The approaches to creation of innovative tourism projects, the products of which are quests, are offered. The tourism web-quest project had been classified according of: 1) technology (Internet technology project); 2) product type (Web-resource), product class (Internet portal); 3) activity (development). It is noted that the design of the Web-quest is integrating: both tourist, and IT at the same time. The tourist quest, which is described in the article is also cultural-oriented (immersion in culture, familiarity with history and architecture) and activity-oriented (gaming), and nature-oriented (adventure and outdoor activities). In addition, tourist quest projects are also divided of the form (Web quests), the mode (real), and the form of work (group). As a example describes of the Quest «Find Lion»: the concept of a project, the purpose, objectives, target audience and budget of the project, as well. indicators of the success of the project, the mechanisms of its sustainability and the tools for project implementation. The expected results of the project will be: a large number of participants in the quest, an increase in the number of tourists in the city, the enrichment of the city budget, the dissemination of interesting information about the cultural monuments of Lviv.

Keywords: sustainable tourism, travel service, quest, project approach, innovative tourism projects, website.

Formulas: 0; fig.: 2; tabl.: 2; bibl.: 13.

JEL Classification G14, H43



ПРОЕКТНЫЕ ПОДХОДЫ К СОЗДАНИЮ ТУРИСТИЧЕСКИХ КВЕСТОВ

Ноздріна Лариса Васильевна,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіки та інформаційних технологій

Львівського освітньо-наукового інституту

ГВУЗ «Університет банківського дела»

e-mail: larisa@pancha.lviv.ua; ORCID ID: 0000-0002-9542-920X

Аннотация. Описано значение туристической сферы как важной составляющей экономики страны, функционирующей в условиях жесткой мировой конкуренции. Отмечено, что адаптация туристической сферы к требованиям устойчивого развития требует современных проектных подходов к внедрению на макроуровне инновационных туристических услуг. Исследованы основы развития туристической отрасли экономики как внешней среды реализации проектов, проанализирован рынок туристических услуг в Украине и г. Львове в частности, определено место проектов квестов в общей системе классификации туристических проектов на принципах устойчивого туризма, предложены подходы к созданию инновационных туристических проектов, продуктом которых являются квесты. На примере квеста «Найди льва» описано концепцию проекта.

Ключевые слова: устойчивый туризм, туристическая услуга, квест, проектный подход, инновационные туристические проекты, вебсайт.

Формул: 0; рис.: 2; табл.: 2; библи.: 13.

Вступ. У сучасному суспільстві постіндустріального періоду, що базується на знаннях та інформації, туризм повинен стати галуззю, що докорінно змінює чинні туристичні технології, саму сутність туристичної діяльності, посилюючи її вплив на інтелектуалізацію суспільства. Аспекти розвитку туризму є актуальними, адже ця сфера відіграє важливу роль у розв'язанні багатьох соціальних та економічних проблем держави.

Аналіз досліджень і постановка завдання. Внесок туризму в соціально-економічний розвиток, його значення для світової економіки, у тому числі з урахуванням сучасних світових тенденцій, відзначають у своїх дослідженнях багато вітчизняних учених, серед яких М. Бондаренко, О. Вуйцик, Н. Гостева, М. Рега, В. Смаль, І. Смаль, В. Суходуб та інші. Основні проблеми, умови та чинники розвитку туризму розглядаються у працях багатьох вітчизняних науковців, таких як А. Мельник, І. Темник, С. Цьохла та інші.

Актуальність дослідження полягає в тому, що реалізація інноваційних проектів дозволить здійснити комплексний підхід до забезпечення ефективного використання переваг і можливостей вітчизняної туристичної галузі. Проблематикою управління проектами займалися такі відомі зарубіжні вчені, як Г. Дитхелм, В. Д. Шапіро, А. С. Товб, Г. Л. Ципес, М. Л. Разу та інші. До відомих вітчизняних науковців, які займаються проблемою управління проектами, належать С. Д. Бушуєв, Н. В. Бушуєва, К. В. Кошкін, В. А. Рач, О. В. Россошанська, В. В. Малий, В. Д. Гогунський, П. А. Тесленко, Л. А. Пономаренко, Л. В. Ноздріна та інші. Однак варто зазначити, що загалом у працях вищенаведених авторів недостатньо висвітлені питання створення інноваційних проектів туристичних квестів як окремим видом проектів. Тому метою статті

є обґрунтування підходів до створення інноваційних проектів туристичних квестів.

Результати дослідження.

Розвиток туризму в Україні. Сьогодні туризм виступає однією з високодохідних галузей господарювання, яка в сучасних умовах глобалізації безперервно і динамічно розвивається, сприяючи розв'язанню цілого комплексу життєво важливих соціально-економічних та екологічних проблем згідно із парадигмою сталого розвитку туризму.

За даними Світової ради з туризму та подорожей, внесок туризму у світовий ВВП становить майже 11 %, забезпечуючи зайнятість понад 10 % усієї робочої сили й інвестицій і майже стільки ж податкових надходжень [1; 2]. Згідно з прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО), обсяги міжнародного туризму зростатимуть щороку в середньому на 4 відсотки.

Сфера туризму охоплює багато галузей економіки (майже 50 суміжних галузей). Так, 2017 року Україну відвідало більш ніж 13,3 млн іноземних громадян, з них службові, ділові та дипломатичні поїздки здійснили 33,3 тис. чол., туристичні — 172,8 тис. чол., у приватних справах приїхало 13,0 млн чол., з навчальною метою — 2,1 тис. чол., у зв'язку з працевлаштуванням — 26 осіб, іммігрували — 3,1 тис. чол., культурний і спортивний обмін здійснили 168 тис. чол. [1].

Окрім того, важливою складовою туристичного потенціалу в Україні є історико-культурна спадщина, вона нараховує майже 78 тис. пам'яток археології, 15 тис. пам'яток історії, 373 тис. пам'яток архітектури і 80 тис. пам'ятників монументального мистецтва, монастирські ансамблі, садово-паркові архітектурні ансамблі. Усе це варто враховувати при заохоченні іноземних туристів [1].



Сьогодні в рамках розвитку галузі туризму в Україні також було ухвалено Закон «Про туризм» [3] і Стратегію розвитку туризму і курортів на період до 2026 року [4], де зазначається, що єдиним шляхом розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави за допомогою впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

Стан надання туристичних послуг у Львові. Економічна значущість туризму, його фінансові результати впливають на місцеві бюджети і бюджет країни (регіону), що спричиняє розвиток в'їзного і внутрішнього туризму за допомогою збільшення привабливості місць із значним туристичним потенціалом.

Зокрема, таким туристичним центром України є Львів — один із провідних культурних центрів Східної Європи; місто з високим рівнем інфраструктури, сервісу та безпеки і місто з подіями світового рівня. Британське видання «The Telegraph» віднесло Львів на п'яту позицію в рейтингу 12 міст світу, які обов'язково варто відвідати 2018 року. Британська газета «The Independent» назвала Львів ідеальним місцем для проведення зимового відпочинку [5]. Також в іншому рейтингу Львів опинився на другому місці серед 26-ти європейських міст, де можна комфортно прожити місяць за менше ніж 600 фунтів стерлінгів (у Львові — 405,51 фунта стерлінгів / 458,56 євро). За

версією американського видання «Business Insider», Львів 2017 року посів перше місце серед найдешевших туристичних міст світу (під час дослідження порівнювали вартість проживання в готелі, проїзд на таксі, а також харчування на двох) [5].

Львів — єдине місто України, яке потрапило в щорічний рейтинг «100 туристичних дестинацій світу 2018 року» — незалежної міжнародної компанії, що спеціалізується у сфері міжнародних стратегічних досліджень споживчих ринків Euromonitor International. Слідом за Львовом — Франкфурт-на-Майні, Порто, Стокгольм і ще багато великих міст. Також Львів посів 80-ту позицію в рейтингу найпопулярніших міст світу за оцінкою чисельності припливу міжнародних туристів, які перебувають в іншій країні принаймні впродовж 24 годин, але не більш як 12 місяців. У першій п'ятірці рейтингу — Гонконг, Бангкок, Лондон, Сінгапур і Макао.

Зокрема, 2018 року у Львові побували близько 2 млн 900 тис. туристів. У середньому турист перебуває у Львові два з половиною дні, у середньому за день люди витрачають орієнтовно 85 доларів. Тобто приблизно 17 млрд грн інвестуються в економіку міста [6].

Маркетинг міста проводиться як на основних ринках (I пріоритет: Україна, Польща, Німеччина, Австрія, США, Канада; II пріоритет: Білорусь, Великобританія, Прибалтика, Ізраїль), так і на нових ринках Китаю і Франції [7]. Статистику туризму в м. Львові за 2017—2018 рр. з дев'яти країн світу відображено в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка чисельності туристів у м. Львів у 2017—2018 роках

Країна	Динаміка приросту туристів, у %, 2017 р.	Частка ринку, %		Середній час перебування, дні	Середні витрати туриста за день, євро
		2017 р.	2018 р.		
Україна	-13	41	43	3,9	35
Польща	+47	22	16,6	3,6	75
Німеччина	+15	3,6	4,0	5,5	83
США	+3	2	3	9	131
Великобританія	+25	1,5	1,5	4,2	112
Китай	+57	0,5	-	3,2	117
Франція	+4	1	-	4,4	56
Білорусь	+120	7,9	7,1	2,9	30
Туреччина	+76	7,3	5,8	5,2	111
Литва	+277	1,6	1,0	4	75

Примітка. Розроблено за [6; 7].

У Львові вперше підраховали лояльність туристів до міста і рівень емоційного навантаження, з яким повертаються додому. Цей показник NPS (Net Promoter Score) 2018 року становив +73,6% (можливий діапазон від -100 до +100 %), що свідчить про подальші рекомендації своїм рідним і знайомим відвідати наше місто і бажання знову повернутись. Індекс туристичної привабливості міста становить 4,8, а індекс задоволеності туристичними послугами — 4,4 (із п'яти можливих). Ці показники є традиційно високими і демонструють позитивну динаміку.

А ще 2018 року зріс туристичний збір на 30 % (6 536 тис. грн) і загалом на 18 % (151 млн грн) збільшилися надходження в місцевий бюджет від галузі туризму [8].

Сутність і класифікація туристичних квестів і проєктів з їх створення. Перехід на кожний наступний етап розвитку світового туризму здійснюється під впливом розвитку Інтернету та інноваційних і мобільних технологій, що зумовило появу широкого спектра інноваційних туристичних послуг. Зокрема, у Львові 2017 року було запропоновано «Розумний»



маршрут по місту, який включав 15 локацій — самостійна екскурсія містом протяжністю 3,5 км за допомогою смартфона [9]. До інноваційних туристичних послуг також можна віднести квести. Автори концепції вебквестів Т. Марч і Б. Додж визначають квести як «орієнтовну діяльність, де практично вся інформація береться з мережі "Інтернет"» [10].

Існує класифікація квестів за різноманітними системними та інструментально значущими ознаками [11].

1. *За формою проведення:* 1) комп'ютерні ігри-квести — інтерактивні історії з головним героєм; при цьому ключову роль в ігровому процесі відіграють рішення головоломок і завдань; 2) вебквести — спрямовані на пошук і аналіз вебресурсів, створення вебпродукту (сайт, блог тощо); 3) QR-квести з використанням QR-кодів; 4) медіаквести — спрямовані на пошук і аналіз медіаресурсів, наприклад, фото-, відеоквести; 5) квести на природі (на вулиці, у парках тощо); 6) комбіновані.

2. *За режимом проведення:* реальні, віртуальні і комбіновані.

3. *За терміном реалізації* квести можуть бути: короткострокові, на 1—3 заняття (їхня мета — поглиблення знань та їхня інтеграція); довгострокові (їхня мета — поглиблення і перетворення знань, розраховані на тривалий термін).

4. *За формою роботи:* групові та індивідуальні.

На нашу думку, в туризмі можна використовувати веб-, QR- і медіаквести, а також квести на природі у формі інноваційних туристичних послуг у віртуальному або комбінованому режимі, які б дозволили по-

пуляризувати певну місцевість у цікавій ігровій формі з використанням сучасних гаджетів, що є особливо привабливим для молоді. Термін реалізації повинен бути короткостроковим, бо візити туристів і є, зазвичай, недовгими, а форма роботи може бути як індивідуальна, так і групова.

Емпіричні факти показують, що суб'єкти господарювання в ринкових умовах досягають значно кращих результатів через проектний підхід (управління змінами за допомогою проектів із застосуванням моделей, методів, засобів і механізмів удосконалення структури і процесів управління), ніж через інші підходи, що стає їхньою конкурентною перевагою [12].

Особливості туристичних проектів доцільно розглядати за допомогою їхньої класифікації згідно зі «сталим туризмом» (концепції сталого розвитку цього сектору економіки), що зумовлює місце нації в сучасному глобальному світі [21].

Класифікацію подано на *рис. 1*, де проекти квестів, на нашу думку, повинні бути виділені в окрему групу, оскільки можуть об'єднувати різні види проектів із зазначених категорій. Наприклад, квест, який ми розроблятимемо, буде і культурно- (занурення в культуру, ознайомлення з історією та архітектурою), і діяльнісно- (геймінг), і природоорієнтованим (пригоди і діяльність на відкритому повітрі). Окрім того, проекти туристичних квестів також поділяють за формою, режимом проведення, а також формою роботи. Для реалізації нашого проекту як його продукту було обрано індивідуальний реальний вебквест, тобто йдеться про вебсайт, на якому буде розміщено квест. Відтак такий проект є і IT-проектом [12].

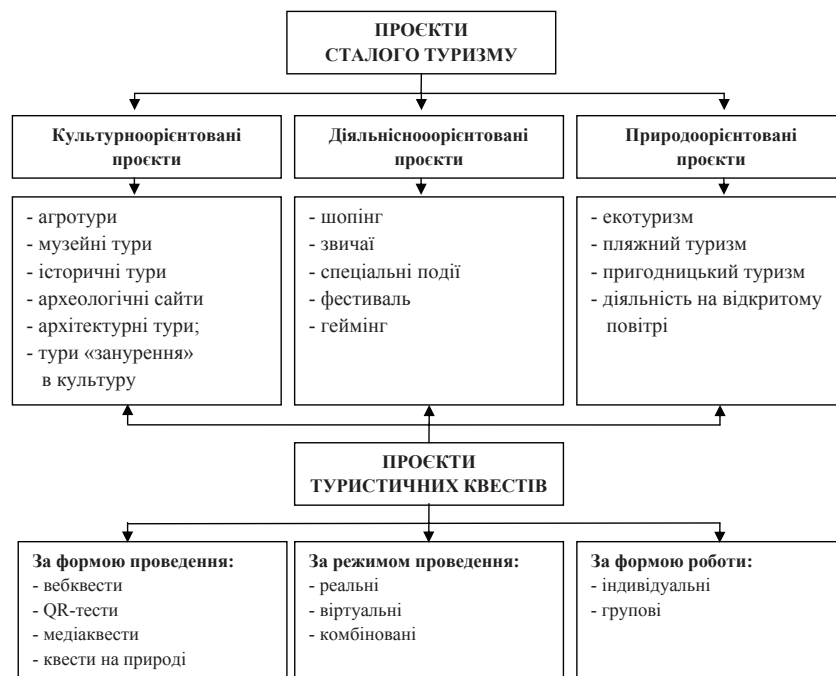


Рис. 1. Класифікація проектів туристичних квестів на засадах сталого туризму

Примітка. Авторська розробка.



Доцільно класифікувати ІТ-проекти загалом не тільки за типовими ознаками, такими як величина, складність, тривалість, а й за специфічними ознаками [12]. Як видно з *рис. 1*, запропонований нами проект туристичного вебквесту буде таким: 1) за технологією — проектом Інтернет-технологій; 2) видом продукту — вебресурс, класом продукту — Інтернет-портал; 3) діяльністю — розроблення. З усього вищезазначеного випливає, що проект розробки вебквесту є комбінованим: і туристичним, й ІТ одночасно.

Проектні підходи до створення квесту «Знайди лева». У стратегічному плані розвитку Львова туризм є пріоритетною сферою. Тому потрібно реалізовувати нові ідеї, які були б цікаві гостям нашого міста, оскільки

це дозволить поповнювати місцевий бюджет. Однею з таких ідей є запропонований нами квест «Знайди лева».

Як відомо, Львів названо на честь сина короля Данила — Лева, велика кількість пам'яток містить скульптурне зображення левів і барельєфів на будинках і порталах міста. У місті налічується чотири з половиною тисячі левів. Тому ідея проекту квесту «Знайди лева» є актуальною, а також цікавою і корисною як для гостей, так і для мешканців Львова.

Мета проекту — забезпечити львів'ян і гостей міста інноваційною туристичною послугою, яка дозволить ознайомитись із культурною спадщиною Львова. Основні завдання проекту та індикатори їхньої успішності наведено в *табл. 2*.

Таблиця 2

Індикатори успішності завдань проекту

Завдання проекту	Продукти проекту	Індикатори успішності завдань проекту	
		кількісні	якісні
Запропонувати і розробити нову туристичну послугу для гостей і мешканців Львова (квест «Знайди лева»)	Квест	Кількість відгуків про зміст квесту	Перевірка на розуміння та адекватність
Розробити вебсайт квесту	вебсайт	Кількість блоків на сторінці. Кількість мов, які підтримуються сайтом	Здатність сайту до адаптивності
Провести рекламні заходи	Флаєри Постери Онлайн-реклама	Кількість рекламних заходів за видами	Анкетування ефективності реклами
Підвищити інформованість гостей і мешканців Львова про культурну спадщину міста	Квест і вебсайт	Кількість учасників квесту	Анкетування інформативності квесту
Збільшити потік відвідувачів мережі ресторанів як спонсорів проекту	Бофони за проходження квесту	Кількість бофонів	Аналіз відвідуваності закладів після проведення квесту

Примітка. Авторська розробка.

Цільовою аудиторією є гості і мешканці Львова різної вікової категорії (діти від семи років). Локація квесту — в центральній частині міста (площа Ринок і прилеглі вулиці). Для іноземців буде запропонована версія квесту польською та англійською мовами. Бюджет проекту становить 16 200 грн і передбачає витрати на оплату послуг залученого фахівця (фрілансера) — 13 000 грн; витрати на поліграфію — 2 130 грн; оплата послуг зв'язку — 420 грн; оплата хостингу сайту — 650 грн. Джерела фінансування: спонсори (20,8 %), вклад учасників проекту (49 %), вклад з боку організацій-партнерів (30,2 %) [13].

Очікуваними результатами проекту будуть: висока кількість учасників квесту, збільшення кількості туристів у м. Львові, збагачення міського бюджету, поширення цікавої інформації про культурні пам'ятки Львова. Результати проекту в подальшому будуть використовуватись за допомогою механізмів сталості (підтримки життєдіяльності) об'єктів проекту, зокрема: 1) фінансової сталості: після завершення проекту буде забезпечуватись самостійно за рахунок плати за підказки до запитань квесту і добровільних внесків

учасників; 2) інституційної сталості: створена команда проекту дозволить продовжувати діяльність після завершення проекту, а в перспективі може масштабуватись за допомогою розроблення нових квестів про історичну і культурну спадщину Львова.

Після розроблення концепції проекту і контенту квесту було визначено та спроектовано дизайну сайту і реалізацію проекту.

Перед реалізацією проекту було проаналізовано макет сайту, зроблений у графічному редакторі Adobe Photoshop, і заздалегідь завантажені картинки, шрифти, підібрані кольори макета і створена графічна сітка для фреймворку Bootstrap (*рис. 2*) [13].

Для створення сайту було використано безплатний український хостинг ZZZ: створили, зайшли у свій акаунт і додали хостинг. Після введення назви домену потрібно розмістити всі файли, пов'язані з нашим сайтом на хостинг [13]. Відтак кожний зацікавлений зможе зайти на сайт для отримання інформації про квест у формі підказок, а також надіслати свій відгук про зміст квесту та інтерфейс, функціонал сайту і про проект у цілому.

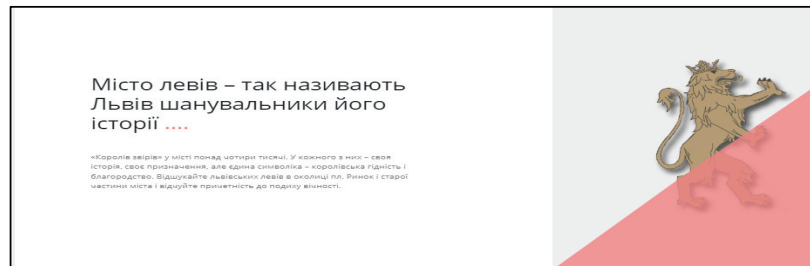


Рис. 2. Блок 2-й сайту квесту

Джерело. [13].

Висновки. Посилення конкуренції у сфері туристичного бізнесу, вимагає наявності розвинутої матеріально-технічної бази підприємств туристичної індустрії, від чого залежить якість туристичного продукту і рівень сервісу для вітчизняних та іноземних туристів. На основі викладеного матеріалу можна зробити висновок, що туристична галузь міста Львова має значний потенціал, а вирішення питань сучасного проектноорієнтованого підходу до впровадження інноваційних послуг зможе поліпшити і прискорити перспективи її розвитку найближчим часом.

Застосування проектного підходу на макrorівні спрямоване на створення можливостей для пошуку й визначення інвестиційно привабливих проектів у регіонах, з одного боку, і реалізації їх шляхом використання соціальних ініціатив, конкурсів, створення

кластерів, проведення маркетингових досліджень — з другого. Такий підхід дозволить створити інтегровану сукупність інноваційних проектів для комплексного розвитку туристичної галузі кожного регіону на основі використання місцевого креативного інтелекту, здатного впровадити розроблені й економічно обґрунтовані проекти. Що стосується цього проекту, то після проведеного дослідження можна зробити висновок, що наш проект, не вимагаючи багато затрат, може принести чимало користі для міста, його гостей і жителів. За подальшої реалізації всіх поставлених завдань і співпраці з партнерами і спонсорами можна очікувати збільшення кількості туристів у нашому місті та збагачення міського бюджету, і, що не менш важливо, — поширення цікавої інформації про культурні пам'ятки Львова.

Список використаної літератури

1. Аксьоненко К. А. Статистичний аналіз розвитку туризму в Україні / К. А. Аксьоненко, К. І. Тарасова // Статистика — інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць. — Одеса, ОНЕУ, 2017. — Вип. 3. — Ч. I. — С. 145—149.
2. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні / Л. В. Марценюк // Економічний вісник Національного гірничого університету. — 2015. — № 3. — С. 76—82.
3. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. — 1995. — № 31. — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.
4. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [Електронний ресурс] // Законодавство України. — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/168-2017-%D1%80>.
5. Демчина М. Львів туристичний: як змінилося місто у 2017 році. Основні показники [Електронний ресурс] / Сайт Львівської міської ради. — 2017. — 27 грудня. — Режим доступу : <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/244922-lviv-turystychnyi-ia-k-zminylosia-misto-u-2017-rotsi-osnovni-pokaznyky>.
6. Шпуляр У. Львів увійшов у ТОП 100 туристичних дестинацій світу 2018 року за щорічним рейтингом Euromonitor International [Електронний ресурс] / Сайт Львівської міської ради. — 2018. — 10 грудня. — Режим доступу : <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/258931-lviv-uviihov-u-top-100-turystychnykh-destynatsii-svitu-2018-roku-za-shchorichnym-reitynhom-euromonitor-international>.
7. Підсумки 2017. Львівський туристичний офіс [Електронний ресурс] / Сайт Львівської міської ради. — 2017. — 26 грудня. — Режим доступу : https://city-adm.lviv.ua/lmrdownloads/Zvit_LTO_2017_loading.pdf.
8. У Львові підраховували, звідки приїжджали та скільки витрачали туристи у 2018 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://lviv.travel/ua/news/u-lvovi-pidrakhuvai-zvidki-priyihdzhali-ta-skilki-vitrachali-turisti-u-2018-rotsi>.
9. У Львові почали монтувати розумний екскурсійний маршрут [Електронний ресурс] // Твоє місто. — 2017. — 22 вересня. — Режим доступу : http://tvoemisto.tv/news/u-lvovi-pochaly-montuvaty-rozumnyu-ekskursiynuu-marshrut_88720.html.
10. Dodge B. Some Thoughts About WebQuests [Electronic resource] / B. Dodge. — Available at : http://webquest.sdsu.edu/about_webquests.html.
11. Сокол І. М. Класифікація квестів / І. М. Сокол // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. — 2014. — Вип. 36 (89). — С. 369—374.



12. Ноздріна Л. В. Управління проектами : підручник / Л. В. Ноздріна, В. І. Ящук, О. І. Полотай. — Київ : ЦУЛ, 2010. — 430 с.
13. Король В. А. Проектні підходи до розробки квесту «Знайди лева» / В. А. Король, О. Ю. Гапонов // Project, Program, Portfolio Management. РЗМ : тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції : [у 3 т.]. / відпов. за вип. П. О. Тесленко. — Одеса : Балан В. О., 2018. — Т. 1. — С. 27—29.

References

1. Aksonenko, K. A., & Tarasova, K. I. (2017). Statystychnyi analiz rozvytku turyzmu v Ukraini [Statistical analysis of tourism development in Ukraine]. *Statystyka — instrument sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen — Statistics — a tool for socio-economic research*. (Vol. 3), (Part 1), (pp. 145—149). Odesa: ONEU [in Ukrainian].
2. Martseniuk, L. V. (2015). Problemy ta perspektyvy rozvytku turyzmu v Ukraini [Problems and prospects of tourism development in Ukraine]. *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu — Economic Bulletin of the National Mining University*, 3, 76—82 [in Ukrainian].
3. Verkhovna Rada Ukrainy. (1995). Zakon Ukrainy «Pro turizm» [The Law of Ukraine «About tourism»]. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy — Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine*, 31. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> [in Ukrainian].
4. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku [About the approval of the Tourism Development and Resorts Development Strategy for the period up to 2026]. (n. d.). *zakon.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/168-2017-%D1%80> [in Ukrainian].
5. Demchyna, M. (2017, December 27). *Lviv turystychnyi: yak zminylosia misto u 2017 rotsi. Osnovni pokaznyky [Lviv touristical: how the city changed in 2017. Key Indicators]*. Retrieved from <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/244922-lviv-turystychnyi-iak-zminylosia-misto-u-2017-rotsi-osnovni-pokaznyky> [in Ukrainian].
6. Shpuliar, U. (2018, December 10). *Lviv uviishov u TOP 100 turystychnykh destynatsii svitu 2018 roku za shchorichnym reitynom Euromonitor International [Lviv entered the TOP 100 tourist destination of the world in 2018 with the annual rating of Euromonitor International]*. Retrieved from <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/258931-lviv-uvishov-u-top-100-turystychnykh-destynatsii-svitu-2018-roku-za-shchorichnym-reitynom-euromonitor-internationa> [in Ukrainian].
7. Pidsumky 2017. Lvivskyi turystychnyi ofis. [Results 2017. Lviv Tourist Office]. (2017). *city-adm.lviv.ua*. Retrieved from https://city-adm.lviv.ua/lmrdownloads/Zvit_LTO_2017_loading.pdf [in Ukrainian].
8. U Lvovi pidrakhuvaly zvidky pryizhdzhaly ta skilky vytrachaly turysty u 2018 rotsi [In Lviv, they figured out where the tourists arrived and how many tourists spent in 2018]. (n. d.). *lviv.travel*. Retrieved from <https://lviv.travel/ua/news/u-lvovi-pidrakhuvaly-zvidki-priyizhdzhali-ta-skilki-vitrachali-turisti-u-2018-rotsi> [in Ukrainian].
9. U Lvovi pochaly montuvaty rozumnyi ekskursiynyi marshrut. [They began to mount a smart excursion route in Lviv]. (2017). *Tvoemisto — Tvoemisto*. Retrieved from http://tvoemisto.tv/news/u_lvovi_pochaly_montuvaty_rozumnyy_ekskursiynny_marshrut_88720.html [in Ukrainian].
10. Bernie, D. (n. d.). Some Thoughts About WebQuests. *webquest.sdsu.edu*. Retrieved from http://webquest.sdsu.edu/about_webquests.html [in English].
11. Sokol, I. M. (2014). Klyfikatsiia kvestiv [Classification of quests]. *Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkolakh — Pedagogics of formation of creative personality in higher and secondary schools*, 36, 369—374 [in Ukrainian].
12. Nozdrina, L. V., Yashchuk, V. I., & Polotai, O. I. (2010). *Upravlinnia proektamy [Project management]*. Kyiv: TsUL [in Ukrainian].
13. Korol, V. A., & Haponov, O. Yu. (2018). Proektni pidkhody do rozrobky kvestu «Znaidy leva» [Project approaches to development quests «Find the Lion»]: Proceedings of the PЗМ' 18: III Mizhnarodna naukovopraktychna konferentsiia «Project, Program, Portfolio Management» — III International Scientific and Practical Conference «Project, Program, Portfolio Management». (Vol. 1). (pp. 27—29). Odesa: Balan V. O. [in Ukrainian].