

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему :

**«РОЗРОБЛЕННЯ ПРОДУКТУ ЗАМКОВОГО ТУРИЗМУ
ТЕРИТОРІЄЮ БАВАРІЇ (НІМЕЧЧИНА) ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА
РИНКУ УКРАЇНИ»**

Студента 4 курсу, 18 групи,
Освітнього ступеня «бакалавр»
Спеціальності 242 «Туризм»
Освітньої програми «Міжнародний
Туризм»

підпис студента

Подмазіної
Еліни
Андріївни

Науковий керівник
канд. пед. наук,
доцент

підпис керівника

Клімова Алла
Миколаївна

Гарант освітньої програми
канд. держ. упр.,
доцент

підпис гаранта

Кравцов Сергій
Станіславович

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра туризму та рекреації

Освітній ступінь «бакалавр»

Спеціальність 242 «Туризм»

Освітня програма «Міжнародний туризм»

Затверджую

Зав. кафедри

Тетяна ТКАЧЕНКО

« »

2022 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Подмазіній Еліні Андріївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення продукту замкового туризму територією Баварії (Німеччина) та його просування на ринку України»

Затверджена наказом ДТЕУ від «01» листопада 2022 р. № 2900.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 02.06.2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: розробити продукт замкового туризму територією Баварії та його просування в Україні

Об'єкт дослідження: замковий туризм Баварії та його просування на ринку України

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти розроблення замкового туру територією Баварії та його просування на ринку України.

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ЗАМКОВОГО ТУРИЗМУ

- 1.1. Теоретичний базис замкового туризму
- 1.2. Дослідження ринку та тенденцій розвитку замкового туризму
- 1.3. Ресурсний потенціал Баварії (Німеччина) для розвитку замкового туризму

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ЗАМКОВОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ БАВАРІЇ (НІМЕЧЧИНА) ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

- 2.1. Розроблення маршруту та програми туру
- 2.2. Заходи та інструменти просування замкового туру на ринку України
- 2.3. Економічне обґрунтування реалізації туру

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

5. Календарний план виконання роботи:

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022-25.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	28.11.2022-23.12.2022	21.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	26.12.2022 - 10.02.2023	10.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023-21.04.2023	21.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023-08.05.2023	08.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	09.05.2022 – 26.05.2023	26.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2022 – 01.06.2023	01.06.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

6. Дата видачі завдання «21» грудня 2022 р.

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

8. Гарант освітньої програми Кравцов С. С.
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент Подмазіна Е.А.
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи:

Студентка Подмазіна Е.А. виконала випускну кваліфікаційну роботу на тему «Розроблення продукту замкового туризму територією Баварії (Німеччина) та його просування на ринку України» відповідно до вимог освітньої програми «Міжнародний туризм» за спеціальністю «Туризм».

У вступі роботи обґрунтовано актуальність теми, наведено характеристику сучасного стану досліджуваної проблеми, визначено мету і завдання, зазначено об'єкт і предмет дослідження.

У першому розділі випускної кваліфікаційної роботи «Теоретико-прикладні засади формування продукту замкового туризму» автором вивчено та проаналізовано теоретичний базис замкового туризму, продіагностовано ринок замкового туризму та ресурсний потенціал Баварії (Німеччина) для розвитку замкового туризму.

У другому розділі випускної кваліфікаційної роботи «Проект замкового туру територією Баварії (Німеччина) та його просування на ринку України» розроблено маршрут та програма туру, запропоновано заходи та інструменти просування замкового туру на ринку України, проведено економічне обґрунтування реалізації туру.

Після перевірки роботи на унікальність тексту виявлені недоліки усунені. Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передання до репозитарію ДТЕУ.

Дослідження є самостійною авторською роботою, завершеною згідно з поставленою метою та визначеними завданнями.

Випускна кваліфікаційна робота Подмазіної Е.А. відповідає встановленим вимогам та рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Клімова А.М.
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____
(ПІБ, підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу:

Випускна кваліфікаційна робота студента _____ Подмазіна Е.А.
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ Кравцов С. С.
(підпис, прізвище, ініціали)

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

« _____ » _____ 2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ЗАМКОВОГО ТУРИЗМУ.....	10
1.1. Теоретичний базис замкового туризму.....	10
1.2. Дослідження ринку та тенденцій розвитку замкового туризму.....	14
1.3. Ресурсний потенціал Баварії (Німеччина) для розвитку замкового туризму ..	19
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ЗАМОКОВОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ БАВАРІЇ (НІМЕЧЧИНА) ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ.....	23
2.1. Розроблення маршруту та програми туру.....	23
2.2. Заходи та інструменти просування замкового туру на ринку України.....	33
2.3. Економічне обґрунтування реалізації туру.....	39
ВИСНОВКИ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сьогодні незаперечним фактом є домінуюча роль сучасної туристичної індустрії як однієї з найбільших високоприбуткових галузей світового господарства. За даними Всесвітньої туристичної організації та Міжнародного валютного фонду, туризм займає лідируючу позицію у світовому експорті товарів та послуг. Туризм є однією з найбільших та динамічних галузей економіки. Високі темпи його розвитку, великі обсяги валютних надходжень впливають на різні сфери економіки, що сприяє формуванню своєї туристської промисловості.

У системі туристичної індустрії тісно переплетені інтереси економіки та культури, безпеки та міжнародних відносин, екології та зайнятості населення, готельного бізнесу та транспортних організацій. Розвиток туризму має велике значення як держави загалом, так окремої особистості зокрема.

Сучасна Німеччина є добре розвиненим туристичним напрямком, адже ця країна оцінюється як один із найбезпечніших туристичних напрямків у світі. Німеччина є третьою найбільш відвідуваною країною в Європі та сьомою в світі. Баварія – це туристичний напрям, що знаходиться на південному сході Німеччини. Це регіон з багатою історією, культурою та традиціями, а також з неймовірною природою та чудовими місцями для відпочинку.

Баварія як туристичний регіон має багато пропозицій для туристів різного віку та інтересів. Одним із найпопулярніших є замковий туризм. За даними Німецької національної ради з туризму (German National Tourist Board), загальна кількість відвідувачів замків у Баварії у 2019 р. (періоду до пандемії Covid-19) склала близько 1,5 мільйонів людей [32]. Це означає, що замковий туризм є популярною туристичною атракцією, яка привертає значну кількість туристів з усього світу. Тому дослідження замкового туризму територією Баварії та його просування на ринку України, є актуальною темою для дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Замки Баварії, у тому числі й як туристичний ресурс, були предметом досліджень вітчизняних та іноземних науковців, зокрема: Л. Халл, С. Рейда, К.Дж. Табрахама, О. Лесика, М. Рутинського, В. Петранівського, І. Білецької та ін. Але у центрі їхніх наукових інтересів були замки і фортеці України як туристичний ресурс, а також аналіз європейського досвіду організації замкового туризму. Спеціального дослідження замкового туризму у Баварії з метою вивчення її досвіду у цій сфері у нашій країні поки що немає. Отже, існує необхідність вивчити практику використання замків і фортець у туристичній галузі Баварії з метою узагальнення її досягнень та впровадження у туристичну сферу України.

Метою роботи виступає дослідження особливостей розвитку замкового туризму територією Баварії (Німеччина) з метою використання його досвіду для розвитку туристичної галузі України.

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі **завдання**:

- проаналізувати теоретичний базис замкового туризму;
- виконати дослідження ринку та тенденцій розвитку замкового туризму;
- описати ресурсний потенціал Баварії для замкового туризму;
- здійснити розроблення маршруту та програми туру;
- дослідити заходи просування замкового туру на ринку України;
- провести розрахунок економічного обґрунтування туру.

Об'єкт дослідження: процес розроблення та просування продукту замкового туризму на ринку туристичних послуг.

Предмет дослідження: теоретико-методичні та практичні засади процесу розробки та просування продукту замкового туризму територією Баварії (Німеччина) на ринку України.

Методи дослідження: при виконанні роботи використані методи логічного і порівнювального аналізу, а також методи стратегічного аналізу та планування:

- економіко-статистичний;
- порівняльний;
- графічний.

Структура роботи обумовлена предметом, метою та завданнями дослідження. Робота складається з вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел, містить 4 рисунки та 18 таблиць.



РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ЗАМКОВОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис замкового туризму

Дослідження будь-якого явища, зокрема і замкового туризму, необхідно починати із аналізу його термінологічного апарату. Так, поняття «туризм» з'явилося у мовах народів світу на рубежі XVIII–XIX століть. Саме в цей час спостерігаються масові переміщення значної кількості людей з метою змістовного проведення дозвілля, а елементи ризику та труднощів, які протягом багатьох століть були пов'язані з подорожами, відпадають [22, с.55].

Культурно-пізнавальний туризм – це подорож з пізнавальними цілями, яке знайомить туриста з культурним потенціалом території, розширюючи його кругозір. Сьогодні культурно-пізнавальний туризм, на думку В. Кифяк розвивається у трьох взаємопов'язаних напрямках:

- пізнання культури та культурної спадщини;
- охорона та відродження культури;
- діалог культур [17, с.70].

Основними об'єктами пізнання туристів у культурно-пізнавальному туризмі є історико-культурні туристичні ресурси: окремі архітектурні споруди та ансамблі. Розвиток культурно-пізнавального туризму обмежується такими факторами: висока вартість платних транспортних послуг, недостатність координації діяльності всіх видів громадського транспорту (різні види, послуги та оператори) на конкретній території, відсутність умов для оптимізації маршрутів; недостатній рівень поінформованості населення у сфері культурно-пізнавального туризму; низький рівень різноманітності туристичних послуг, ініціює зменшення термінів перебування туристів (переважання «одnodенних турів»); недостатній рівень розвитку профільного туризму (велотуризм,

екотуризм, фототуризм, екстрім); концентрація пропозицій готельного обслуговування на інвестиційно-привабливих територіях, високий рівень регіональної диференціації, низька якість туристичних послуг та слабкий рівень розвитку у сфері обслуговування особливо у малих та середніх містах. Таким чином, культурно-пізнавальний туризм відрізняється від інших видів туризму і це потрібно враховувати при розробці маршруту та програми туру.

До різновидів культурно-пізнавального туризму належать (рис. 1.1)

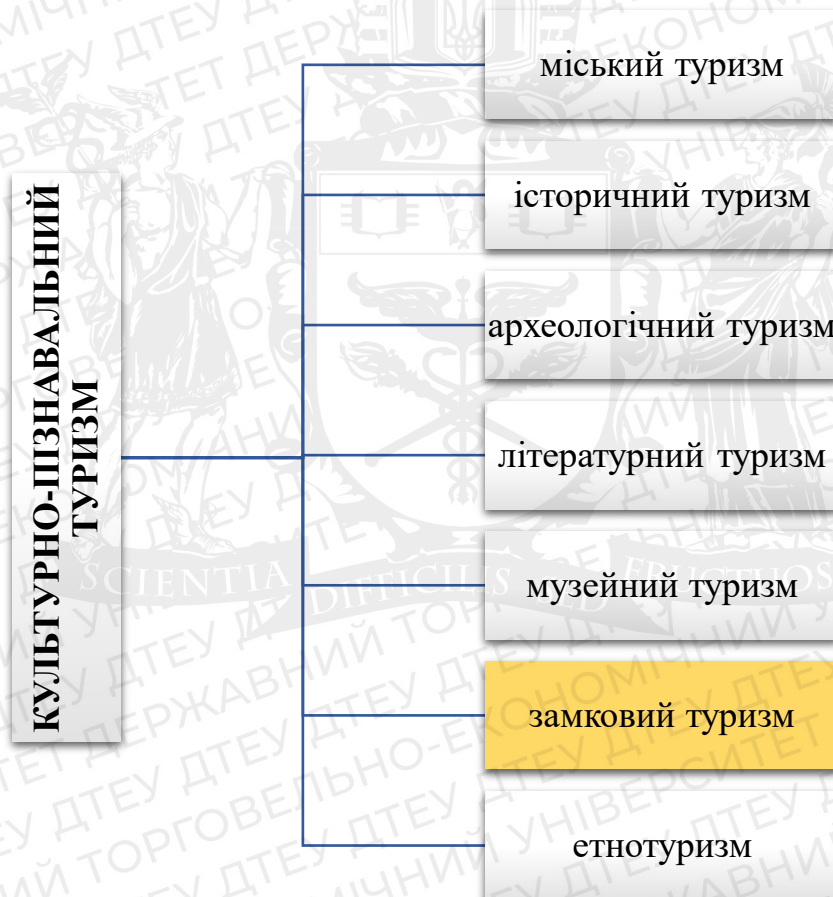


Рис. 1.1. Різновиди культурно-пізнавального туризму

Джерело: Складено автором за даними [6;18;25]

Розглянемо детальніше кожен із видів:

– міський туризм – передбачає знайомство з містом як об'єктом туризму, відвідування «історичних місць», які мають багату культурну спадщину і є

центрами сучасного культурного життя;

- історичний туризм – знайомство з місцями певних історичних подій, особливостями, які відігравали значну роль в історії певного регіону чи країни;
- археологічний туризм – відвідування археологічних пам'яток, розкопок;
- літературний туризм – відвідування місць, пов'язаних із літературною спадщиною країни чи народу, видатними творами чи літераторами;
- музейний туризм – різновид туризму, заснований на використанні туристичного потенціалу музеїв та територій прилеглих до них;
- етнотуризм – це різновид туризму, який передбачає організацію туристичних поїздок до регіонів історичного проживання певного етносу для ознайомлення з його матеріальною та духовною культурою, збереженою в автентичному середовищі;
- замковий туризм – вид туризму, який пов'язаний із відвідуванням та ознайомленням з різного роду фортифікаційними (оборонними) спорудами, а в основному замками [6;18;25].

Стрімкий розвиток туризму, породжує його нові види та форми, у тому числі і такий вид, як замковий туризм. Однак досі немає єдиного визначення цього виду туризму, у науковій літературі недостатньо чітко розкрита суть поняття «замковий туризм», та його термінологія. Оскільки загальноприйнятого поняття «замковий туризм» немає, необхідно розглянути різні трактування цього поняття.

Таким чином, замковий туризм є одним з різновидів культурно-пізнавального туризму. Відповідно до нашого дослідження, зосередимось на замковому туризмі. Так, на сьогодні не існує єдиного визначення цього виду туризму, недостатньо чітко розкривається суть поняття «замковий туризм», та його термінологія. Оскільки загальноприйнятого поняття «замковий туризм» немає, необхідно теоретично обґрунтувати цей перспективний вид туризму.

Замок (від польськ. Zamek, лат. Clusa «форт, зміцнення» – будівля (комплекс будівель), що поєднує в собі житлові та оборонно-фортифікаційні функції [7].

Сучасний тлумачний словник української мови визначає «замок» як «укріплене житло феодала часів середньовіччя; великий поміщицький будинок» [37].

В Оксфордській енциклопедії зазначається, що «замок – це фортифікаційна споруда для захисту міста чи району. Кельтські форти на схилах і саксонські бурги також називалися «замками». Вони як правило, могло сховатися все місцеве населення [30].

Існує також поняття «замкова індустрія», яке згадується в енциклопедичному словнику-довіднику з туризму та має таке значення – охорона, збереження та експлуатація великих будівель, що мають історичне та/або архітектурне значення і служили чи служать до цього дня житлом заможних сімей [7].



Отже, «замок» – слово польського походження, у перекладі означає «форт, зміцнення» – будівля (комплекс будівель), що поєднує в собі житло та оборонно-фортифікаційні функції. Замки як об'єкти цього виду туризму первинно будувалися у вигляді неприступних фортець та головним їх призначенням був захист та оборона багатого феодала чи цілого міста, але згодом, з розвитком зброї та винаходом пороху втратили своє головне функціональне призначення і поступово почали трансформуватись у палаци.

Таким чином, на наш погляд, можна сформувати таке поняття «замковий туризм»: «Замковий туризм це особливий вид пізнавального туризму, основою якого є відвідування атрактивних об'єктів фортифікаційної та палацової архітектури, що є дієвим засобом культурного та патріотичного виховання особистості».

Отже, історична цінність пам'яток архітектури полягає передусім в їх пізнавальній ролі як джерелі історичної інформації. Це у повному обсязі стосується пам'яток фортифікаційного будівництва, оскільки об'єкти оборонної архітектури яскраво й наочно «розповідають» історію регіону. Значна кількість замків, що зберіглося до наших днів у різних країнах, є визначними пам'ятками історії та культури та магнітом для туристів зі всього світу.

1.2. Дослідження ринку та тенденцій розвитку замкового туризму

Замковий туризм є популярним видом туризму, який пропонує відвідувачам можливість побачити і відчувати історію та культуру країн, де знаходяться замки. Такі туристичні маршрути включають в себе відвідування замків, палаців, фортець та інших історичних споруд.

Дослідження показують, що замковий туризм стає все більш популярним серед туристів з усього світу. Згідно зі звітом World Travel Market Industry Report 2019, замковий туризм є однією з найшвидше зростаючих галузей туризму, і прогнозується, що до 2025 року він зросте до 15 мільярдів доларів США [31].

Основні країни, які спеціалізуються на замковому туризмі, це Великобританія, Ірландія, Франція, Німеччина та Іспанія. В цих країнах є велика кількість замків, які зберігають історію країн та пропонують туристам багато цікавих атракцій. Однак, замковий туризм розвивається і в інших країнах, наприклад, в Чехії, Польщі, Італії, Швеції та Норвегії. У цих країнах є також багато замків, які є важливою частиною культурного та історичного спадку країн.

Розглянемо детальніше замковий туризм у країнах, де він найбільш розвинутий. Так, у Великобританії, замковий туризм є важливою галуззю туризму, адже в цій країні є багато добре збережених замків з довгою історією. У Великобританії є близько 5000 замків та фортець, які знаходяться в різних місцях країни. Багато з них є популярними туристичними місцями, де можна побачити архітектуру, історію та культуру країни [2, с.89].

Один з найвідоміших замків у Великобританії – Віндзорський замок, який знаходиться в близько 30 км на захід від Лондона. Цей замок є найбільшим замком, який залишився в родині королеви та є однією з найбільш відвідуваних туристичних пам'яток у Великобританії. За офіційними статистичними даними, у 2019 році Віндзорський замок відвідали близько 1,3 мільйона туристів. Проте, у зв'язку з пандемією COVID-19 та обмеженнями на подорожі та масові заходи,

кількість відвідувачів зменшилася [1, с.1402]. Також у Великобританії є Храмовий замок, Бларнійський замок, Единбурзький замок та багато інших замків, які привертають туристів з усього світу.

У Великобританії замки зазвичай використовуються як музеї, готелі та місця для проведення заходів, таких як весілля та корпоративні зустрічі. Більшість замків має велику історичну цінність, тому їх збереження та реставрація є важливою задачею для уряду та організацій, які займаються культурним наслідком.

Замковий туризм у Великобританії є важливою галуззю туризму та є одним із важливих елементів національної культури. Багато замків є пам'ятками світової спадщини та привертають туристів з усього світу. Уряд та організації, які займаються культурним наслідком, активно працюють над збереженням та реставрацією замків, щоб зберегти їх для майбутніх поколінь та збільшити потенціал туризму.

У Великобританії замки також використовують як місце проведення різноманітних заходів. Наприклад, Віндзорський замок часто використовують для проведення королівських заходів, таких як королівські весілля, королівські народження та інші події. Це дозволяє показати красу та історію замку, а також залучити туристів.

Замковий туризм також має значний економічний вплив на Великобританію. За даними British Hospitality Association, туризм є третьою за величиною галуззю економіки країни та забезпечує близько 3,1 мільйонів робочих місць. Замковий туризм є важливою складовою туристичної індустрії Великобританії та допомагає збільшувати дохід від туризму та розвивати економіку країни [3, с.246].

Також варто розглянути Ірландію, як країну із потужно розвинутим замковим туризмом. Замковий туризм є однією з ключових галузей туризму в країні. Декілька замків в Ірландії були перетворені на готелі та ресторани, що надає можливість туристам не тільки побачити ці замки, але і перебувати в них.

Один з найбільш відомих замків у Ірландії – це замок Бларні (Blarney

Castle) в графстві Корк. Цей замок, збудований у XV столітті, привертає туристів своєю історією та легендою про камінь Бларні, який, за легендою, дає людині здатність говорити з вмлістю та переконливістю. Замок Бларні відвідає близько 450 000 туристів щорічно [2;3].

Ще один популярний замок – це замок Бунратті (Bunratty Castle) у графстві Клер. Замок, збудований у XV столітті, зберігає свою оригінальну структуру та деталі дизайну. Він приваблює багатьох туристів, які можуть відвідати середньовічне місто, що розташоване поруч з замком.

Крім Бларні та Бунратті, в Ірландії є ще багато інших визначних замків, таких як Ашфорд (Ashford Castle), Дунлуський (Dunluce Castle), Джонський (Kilkenny Castle) та інші, які також приваблюють туристів. Кількість відвідувачів залежить від конкретного замку та регіону, де він знаходиться, але загалом замковий туризм є важливим елементом туристичної індустрії країни.

Німеччина є однією з провідних країн у замковому туризмі в світі. У країні знаходиться понад 25 000 замків та палаців, які приваблюють мільйони туристів щороку. Замки та палаці у Німеччині розташовані по всій території країни, і кожен регіон має свої унікальні замки та палаці. Розглянемо детальніше замковий туризм у Німеччині за регіонами (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Замковий туризм у Німеччині за регіонами

№ п/п	Регіон	Характеристика
1	Баварія	Баварія є одним з провідних регіонів у замковому туризмі в Німеччині. Тут знаходиться більше 100 замків та палаців, включаючи замок Нойшванштайн, який є одним з найбільш відомих замків у світі.
2	Рейн	Регіон Рейн відомий своїми середньовічними замками та фортецями. Тут можна відвідати такі замки, як Бург Эльц, Гайдельберзький замок та замок Маркбург.
3	Баден-Вюртемберг	У цьому регіоні можна знайти замки з різних епох, від середньовічних до барокових. Найвідоміші замки Баден-Вюртемберга - Гоєсшвандштайн та Хоєнцоллерн.
4	Нижня Саксонія	У цьому регіоні знаходиться багато замків та палаців, включаючи Ганноверський замок та Люнебурзький замок
5	Саксонія	Регіон Саксонія славиться своїми бароковими та ренесансними замками. Серед найвідоміших можна виділити Дрезденський замок та Лойтценштайнський замок

№ п/п	Регіон	Характеристика
6	Гессен	У цьому регіоні можна знайти замки з різних епох, включаючи замки Барнштайн та Вальденбург
7	Бранденбург	Бранденбург славиться своїми замками та фортецями, такими як замок Кекендорф та фортеця Шпандав
8	Померанія	Регіон Померанії відомий своїми середньовічними замками та палацами, такими як замок Каменец та замок Штолпен
9	Тюрингія	У цьому регіоні можна знайти багато середньовічних замків та палаців, таких як Вартбург та Айзенацький замок
10	Саксонія-Ангальт	Регіон Саксонія-Ангальт славиться своїми середньовічними замками та палацами, такими як замок Виттенберг та замок Вернігероде

Джерело: Складено автором за даними [39]

У кожному регіоні Німеччини можна знайти велику кількість замків та палаців з різних епох, які приваблюють туристів з усього світу. Більшість замків та палаців є відкритими для відвідування, і туристи можуть насолоджуватися їхньою архітектурою, історією та культурою. Замковий туризм у Німеччині є одним з найбільш важливих напрямків туризму у країні та галуззю, яка забезпечує розвиток економіки країни.

Замковий туризм є популярним напрямком туризму у світі, який постійно розвивається та прогресує. Так, сучасні дослідники, виділяють наступні тенденції розвитку замкового туризму:

1. Росте попит на аутентичні та історичні враження. Туристи все більше цінують традиції, культуру та історію країн, які вони відвідують. Замковий туризм надає можливість туристам побачити відомі історичні місця, проживши за час свого перебування в замку або палаці.

2. Розвиток досвіду. Відвідувачі замків та палаців хочуть отримати більше, ніж просто звичайний огляд. Вони хочуть мати можливість зануритися в історію та культуру місця та досліджувати його власним темпом. Це означає, що замкові туристи зазвичай зупиняються в замках та палаців на довший період часу, щоб прожити частину свого життя, як належить до давніх часів.

3. Збільшення доступності. Завдяки розвитку транспортної

інфраструктури та доступності більшої кількості авіарейсів, замковий туризм стає все більш доступним. Крім того, дедалі більше замків та палаців стають відкритими для відвідування, що також збільшує доступність замкового туризму.

4. Розширення діапазону послуг. У замках та палаців з'являється більше можливостей для відвідувачів. Зокрема, можна надати проживання у замках та палаців, організувати конференції та зустрічі бізнес-класу, проводити святкові події, включаючи весілля та ювілеї. Це розширює межі замкового туризму та додає до нього нові можливості.

5. Розвиток технологій. Технології змінюють туристичний продукт, зокрема й замковий. Розробники додатків та сайтів створюють віртуальні тури, які дозволяють відвідувачам замків та палаців досліджувати їх усередині та навколо, не виходячи з дому. Крім того, розробляються додатки та інтерактивні відео-екскурсії, що надають туристам більше інформації про замки та їх історію.

6. Стрімкий розвиток туризму у сфері оздоровлення. Так, такий вид туризму може підходити для людей, які хочуть поєднати свій відпочинок з фізичними вправами та заняттям спортом. Такі замки та палаци, які мають великий парк або ліс, надають відвідувачам можливість для велосипедних, піших прогулянок та спортивних занять [1;16;30].

До недоліків замкового туризму можна віднести те, що багато замків є приватною власністю та їх власники можуть змінювати умови відвідування або навіть закривати їх для туристів. Також, замки часто є розташовані віддалено від центрів міст, що може складати проблеми з транспортом та розміщенням.

Загалом, замковий туризм є одним з найбільш привабливих напрямків туризму у світі, який продовжує розвиватися та прогресувати. Тенденції розвитку замкового туризму пов'язані зі змінами в суспільстві та технологіях, що дозволяє зробити цей вид туризму більш доступним та цікавим для відвідувачів з усього світу.

1.3. Ресурсний потенціал Баварії (Німеччина) для розвитку замкового туризму

Щорічно Баварію відвідують близько 10 млн. туристів, кожен із яких проводить у готелі не менше двох ночей. Найбільш активно відпочивають у Баварії голландці, американці та англійці. Найпопулярніші серед закордонних туристів баварські міста – Мюнхен, Нюрнберг, Ротенбург, Вюрцбург та Бамберг [38].

Можна виділити такі основні фактори, які приваблюють туристів до Баварії:

1. Висока концентрація історичних та культурних пам'яток, зокрема об'єкти фортифікаційної та палацової архітектури;
2. Спрощений візовий режим (можливість широкого спектру комплексних турів);
3. Високий рівень сервісу.

Баварія – це регіон, де туристичний сезон триває весь рік, й це не випадково, оскільки вона вважається найкрасивішим районом Німеччини та Центральної Європи загалом [38].

Баварія (нім. Bayern, або нім. Freistaat Bayern - Вільна держава Баварія) розташована в південно-східній частині країни. На півдні землі знаходяться Баварські Альпи, з найвищою точкою не тільки Баварії, але й всієї Німеччини – горою Цугшпітце (нім. Zugspitze) - 2962 м [6] (рис. 1.2).



Рис.1.2. Баварія на карті Німеччини

Джерело: Складено автором за даними [3;18]

Завдяки своєму географічному розташуванню, унікальним природним ландшафтам, багатій історії та розвинутій туристичній інфраструктурі Баварія є найбільш відвідуваною землею Німеччини не тільки серед місцевого населення, але і серед іноземних туристів. 20.5% із всіх туристів Німеччини відвідують Баварію (рис. 1.3).

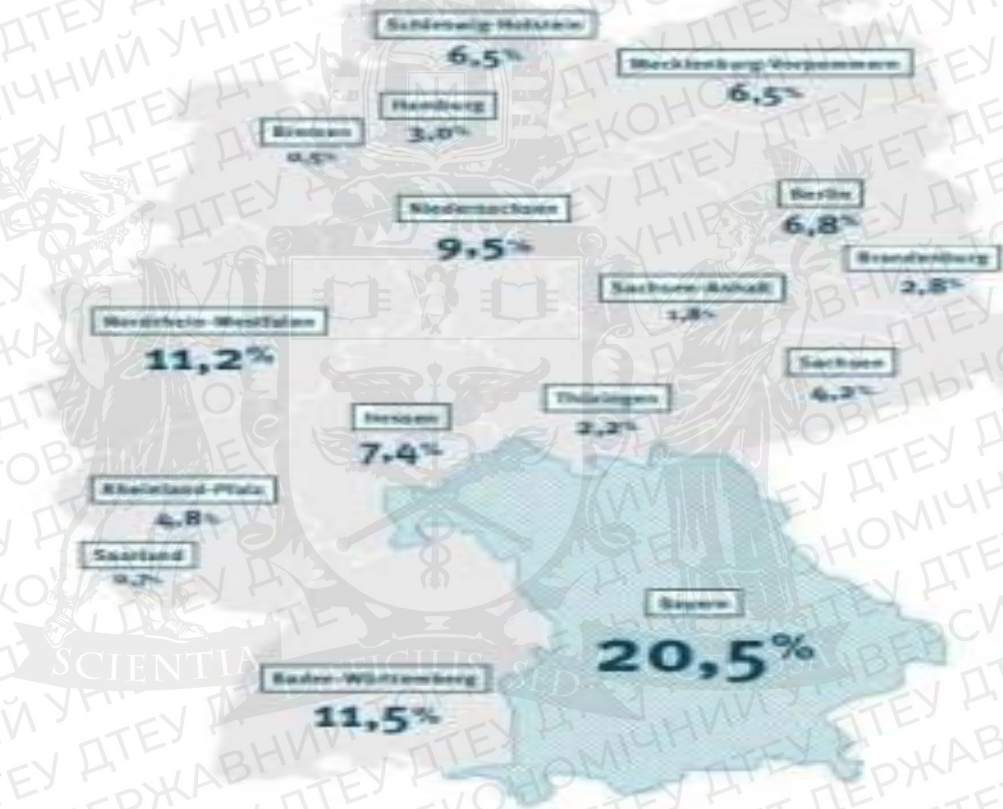


Рис. 1.3. Кількість відвідувань туристами земель Німеччини у відсотках

Джерело: Складено автором за даними [39]

Важливим туристичним ресурсом Баварії є об'єкти фортифікаційної та палацової архітектури, що розвиває напрямок замкового туризму. Загалом, у цьому районі Німеччини понад сто таких культурних пам'яток різного рівня значимості та стилю.

У таблиці 1.2, дамо характеристику найвідомішим об'єктам фортифікаційної та палацової архітектури в Баварії (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Характеристика найвідомішим об'єктам фортифікаційної та палацової архітектури в Баварії

№ п/п	Назва об'єкту	Місто	Характеристика
1	Нойшванштайн	Швангау	це замок, який був побудований на замовлення короля Людвіга II. Замок знаходиться в гірській місцевості на південному заході Баварії і відомий своєю неповторною архітектурою, а також пов'язаний з історією короля.
2	Мюнхенська резиденція	Мюнхен	колишня резиденція баварських правителів, заснована у 1385 році. Комплекс складається з кількох палаців та крил, відомих своєю бароковою архітектурою та розкішшю.
3	Нюрнберзька фортеця	Нюрнберг	один з найбільш відомих середньовічних замків в Німеччині. Замок знаходиться в історичному центрі міста Нюрнберг і відомий своєю фортифікаційною архітектурою, а також пов'язаний з історією Нюрнбергських процесів після Другої світової війни
4	Замок Ліндгайм	Ліндгайм	середньовічний замок, заснований у 1235 році. Замок розташований на пагорбі, що дозволяє побачити відкриту місцевість. Його архітектура представляє собою змішання різних стилів, таких як готика, бароко та ренесанс
5	Фестунг Кобург	Кобург	фортеця, яка розташована на вершині пагорба над містом Кобург. Фестунг Кобург зберігається в стані, який не змінився з XVIII століття
6	Замок Хоеншвангау	Ф'юсен	замок, який був побудований на замовлення короля Людвіга II. Замок знаходиться в гірській місцевості на південному заході Баварії і відомий своєю неповторною архітектурою, включаючи багато деталей з історії Баварії та Верхньої Саксонії
7	Замок Линценгаммерау	Ердінг	це один з найвідоміших замків в Німеччині, розташований в окрузі Ердінг в Баварії. Замок був збудований у 1836-1842 роках в стилі неоготики, і його архітектура є вражаючою своєю красою і складністю
8	Замок Гернроде	Гернрод	замок, що знаходиться в місті Донздорф, на південному заході Баварії. Це фортифікаційний замок, який був побудований у 1550 році. Він був реконструйований у XVIII столітті в стилі бароко, і його архітектура дивує своєю монументальністю та грандіозністю
9	Замок Гаррас	Кобург	замок, що знаходиться в історичному центрі міста Кобург. Це був один з улюблених замків Франца Йозефа I, його архітектура поєднує в собі різноманітні стилі: готику, ренесанс, бароко
10	Бург Траутценберг	Швабія	замок, розташований у гірській місцевості на південному заході Баварії. Він був побудований у XIII столітті і був відомий своєю стратегічною важливістю у Середньовіччі

Джерело: Складено автором за даними [33;38]

Отже, як бачимо із табл. 1.2, Баварія має багатий ресурсний потенціал для замкового туризму. Але не тільки наявність різноманітних об'єктів фортифікаційної та палацової архітектури робить Баварію найпопулярнішою туристичною дестинацією: розумне використання ресурсів та грамотний менеджмент є основою для успішного розвитку туристичної галузі регіону.

Баварія має розвинуту туристичну інфраструктуру. Регіоном більшість туристів пересуваються потягами та автобусами за єдиним квитком Bayern ticket – баварським квитком, який забезпечить проїзд туриста не тільки до малих сіл Баварії, а також до суміжних земель Баварії та австрійського Зальцбурга. Його перевага заключається у тому, що людина платить 25 євро (квиток на 1 персону) і має змогу користуватися будь-яким видом транспорту до кінця поточного дня (у вихідні дні до 03.00 наступної доби) [3].

Баварський квиток також можна купити для групи людей, тоді його ціна – плюс 11 євро за кожну людину, що робить проїзд надзвичайно дешевим, а місцеве населення та туристів стимулює подорожувати та користуватися послугами саме державного транспорту.

У Мюнхені найбільш популярним транспортом є муніципальні електрички S-Bahn. Ці електропотяги інтегровані у загальну мережу перевезень з автобусами, трамваями та ж/д транспортом. Німецька залізниця, а також муніципалітет міста Мюнхен розробили власні додатки для смартфонів, у котрих користувач має змогу слідкувати за рухом транспорту в режимі реального часу, знайти розклад, мапу міста або маршрут, а також придбати квитки онлайн [3].

На основі проведеного дослідження, на нашу думку, доцільним буде розроблення маршруту замкового туру територією Баварії, що матиме попит на ринку України.

РОЗДІЛ 2

ПРОЄКТ ЗАМОКОВОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ БАВАРІЇ (НІМЕЧЧИНА) ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

В даний час провідну роль серед основних видів туризму займає культурно-пізнавальний туризм, до якого відноситься й замковий. Інтенсивний розвиток даного виду туризму безпосередньо пов'язано з потребою людей, що виросла, у збільшенні знань, у покращенні інтелектуального рівня. Розвиток культурно-пізнавального туризму – одна з переваг ХХІ століття. За різними оцінками культурно-пізнавальний туризм утворює до 35% і навіть 60% світового потоку туристів [6;11].

На основі проведеного дослідження замкового туризму в Баварії, можна запропонувати замковий тур по землях Баварії, де є одні з найбільш відомих фортифікаційні та палацові об'єкти у світі: замок Хоеншвангау, замок Нойшванштайн, Баварський палац Ліндерхоф, замок Херренкімзе, палац Людвіга Фердинанда і т.д. Головною метою замкового туру до обраного міста є культурно-естетична привабливість, а також відпочинок. Крім того, відпочивальники мають можливість відвідування культурні та природні пам'ятки Баварського регіону. Враховуючи це, замковий туризм розрахований на споживачів різних вікових груп з різноманітними інтересами та, відповідно, здатен задовольнити потреби кожного з туристів.

Актуальність створення замкових турів обумовлена різними обставинами відпочинку. На практиці професійної екскурсійної діяльності екскурсійна програма культурно-пізнавального туру являє собою сукупність екскурсій, хронологічно представлених у програмі туру, обсяг яких визначається їх тематичною спрямованістю, а також умовами організації та реалізації туру.

Вибір саме цього маршруту пов'язаний з:

– розташуванням: знаходиться поблизу містечка Фюссен та замку Гоеншвангау в південно-західній Баварії, недалеко від австрійського кордону, з прямі сполучення із центральними магістралями;

– ціновою політикою: ціни у закладах ресторанного господарства та готелях розраховані на туристів з середніми та вище середніх фінансовими можливостями, ціни на додаткові послуги є помірними, що робить їх досить доступними;

– фортифікаційною та палацовою інфраструктурою: замок Хоеншвангау, замок Нойшванштайн, Баварський палац Ліндерхоф, замок Херренкімзе, палац Людвіга Фердинанда.

Отже, замковий тур по землях Баварії розрахований на сім днів / шість ночей. Перше питання, яке постає перед туристами, це транспортне сполучення Фюссен (Німеччина) з різними областями України. Найбільш зручними способами добирання є автотранспортне сполучення. Можливі варіанти, приблизні ціни та тривалість поїздки рейсовими автобусами відображено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Можливі варіанти доставки туристів у рамках замкового туру рейсовим автобусом по землях Баварії

	Рейсовий автобус			
	Напрямок та можливі пересадки	Час відправлення та прибуття, час в дорозі, год.	Вартість, грн	
Спосіб 1	з західного напрямку	Львів – Фюссен 23:50 – 13:35 (13 год. 45 хв.)	1900,00 грн	
	з північного напрямку	Київ – Львів 12:30 – 19:30 (7 год.)	450,00 грн	
		Львів – Фюссен 21:15 – 11:00 (13 год. 45 хв.)	1900,00 грн	
		<i>Всього в дорозі 20 год. 45 хв.</i>		<i>Всього: 2350,00 грн</i>
	зі східного напрямку	Харків – Львів 22:50 – 13:35 (12 год. 45 хв.)	900,00 грн	
		Львів – Фюссен 16:35 – 05:55 (13 год. 45 хв.)	1900,00 грн	
	<i>Всього в дорозі 26 год. 30 хв.</i>		<i>Всього: 2800,00 грн</i>	
з південного напрямку	Одеса – Львів 23:50 – 09:58 (10 год. 8 хв.)	700,00 грн		
	Львів – Фюссен 12:35 – 01:55 (13 год. 45 хв.)	1900,00 грн		
	<i>Всього в дорозі 23 год. 53 хв.</i>		<i>Всього: 2600,00 грн</i>	

Продовження табл. 2.1

	Напрямок та можливі пересадки		Час відправлення та прибуття, час в дорозі, год.	Вартість, грн	
Спосіб 2	з західного напрямку	Ужгород – Львів	10:30 - 15:47 – (4 год. 47 хв.)	від 250 грн	
		Львів – Фюссен	16:35 – 05:55 (13 год. 45 хв.)	1900,00 грн	
				<i>Всього в дорозі 18 год. 32 хв.</i>	<i>Всього: від 2150,00 грн</i>
	з північного напрямку	Чернігів – Львів	22:19 – 11:32 (13 год 03 хв.)	від 800,00 грн	
		Львів – Фюссен	16:35 – 17:50 (1 год. 15 хв.)	1900,00 грн	
				<i>Всього в дорозі 19 год. 31 хв.</i>	<i>Всього: від 2700,00 грн</i>
	з східного напрямку	Дніпро – Львів	16:00 – 11:50 (19 год. 50 хв.)	від 1100,00 грн	
		Львів – Фюссен	13:35 – 23:50 (33 год. 35 хв.)	1900,00 грн	
				<i>Всього в дорозі 21 год. 55 хв.</i>	<i>Всього: від 3000,00 грн</i>
	з південного напрямку	Миколаїв – Львів	22:00 – 09:15 (11 год. 15 хв.)	від 600,00 грн	
		Львів – Фюссен	10:35 – 23:55 (13 год. 45 хв.)	1900,00 грн	
				<i>Всього в дорозі 25 год.</i>	<i>Всього: від 2500,00 грн</i>

Джерело: Складено автором за даними [32]

Таким чином, можна стверджувати, що загальна тривалість добирання до Фюссену складає в середньому 13-26 години, ціни коливаються в межах 1900,00–2800,00 грн за особу. Але, беззаперечно, більшість туристів надає перевагу залізничному транспорту, оскільки цей варіант комфортабельніший та має нижчу вартість. Можливі варіанти, приблизні ціни та тривалість поїздки залізничним транспортом та рейсовим автобусом відображено в табл. 2.2.

Порівнявши тривалість та вартість можливих варіантів добирання туристів до Фюссену, можна стверджувати, що спосіб поєднання автобусного шляху та залізничного транспорту є оптимальним за співвідношенням ціна / тривалість.

Проживання туристів здійснюватиметься у готельному комплексі «Ferienhaus Vitushöhle» [11]. Цей комплекс розташований безпосередньо у Фюссені, приблизно за 10 хвилин їзди від замку Нойшванштайн.

Помешкання розташоване в 5 км від центру Фюссена. Проживаючи у номері, учасники туру можуть пообідати в ресторані Maucher, що розташований приблизно за 5 хвилин ходьби. Готель пропонує традиційний сніданок за 15 євро з особи на день. У готелі Ferienhaus Vitushohle для гостей сервірують безкоштовний традиційний сніданок.

Таблиця 2.2

Можливі варіанти доставки туристів у рамках замкового туру залізничним транспортом та рейсовим автобусом по землях Баварії

Залізничний транспорт та рейсовий автобус				
	Напрямок та можливі пересадки	Час відправлення та прибуття, час в дорозі, год.	Вартість, грн	
Спосіб 1	з південного напрямку	Одеса (поїзд) - Львів	02:53 – 14:51 (11 год. 58 хв.)	від 390,35 грн
		Львів – Фюссен (автобус)	16:35 – 05:55 (13 год. 45 хв.)	1900,00 грн
			<i>Всього в дорозі</i>	<i>Всього:</i>
			<i>25 год. 43 хв.</i>	<i>від 2290,35 грн</i>
	з північного напрямку	Київ – Львів (поїзд)	21:15 – 05:59 (8 год. 44 хв.)	від 540,44 грн
		Львів – Фюссен (автобус)	07:55 18:35 – (13 год. 45 хв.)	1900,00 грн
		<i>Всього в дорозі</i>	<i>Всього:</i>	
		<i>22 год. 29 хв.</i>	<i>від 2440,44 грн</i>	
з східного напрямку	Харків – Львів (поїзд)	22:28 – 11:05 (12 год. 37 хв.)	від 576,47 грн	
	Львів – Фюссен (автобус)	13:00 23:15 – (13 год. 45 хв.)	1900,00 грн	
			<i>Всього в дорозі</i>	<i>Всього:</i>
		<i>26 год. 22 хв.</i>	<i>від 2467,47 грн</i>	
Спосіб 2	з західного напрямку	Ужгород – Львів (поїзд)	14:51: 20:51 – (6 год. 18 хв.)	від 325,31 грн
		Львів – Фюссен (автобус)	21:15 – 11:00 (13 год. 45 хв.)	1900,00 грн
			<i>Всього в дорозі</i>	<i>Всього:</i>
			<i>19 год. 45 хв.</i>	<i>від 2225,31 грн</i>
	з північного напрямку	Чернігів – Львів (поїзд)	22:19 – 11:39 (13 год 20 хв.)	від 491,23 грн
		Львів – Фюссен (автобус)	12:35 – 01:55 (13 год. 45 хв.)	1900,00 грн
		<i>Всього в дорозі</i>	<i>Всього:</i>	
		<i>27 год. 05 хв.</i>	<i>від 2391,23 грн</i>	
з східного напрямку	Дніпро – Львів (поїзд)	15:48 – 19:36 (17 год. 34 хв.)	від 624,55 грн	
	Львів – Фюссен (автобус)	16:35 – 17:50 (1 год. 15 хв.)	1900,00 грн	
		<i>Всього в дорозі</i>	<i>Всього:</i>	
		<i>21 год. 55 хв.</i>	<i>від 2524,55 грн</i>	

Джерело: Складено автором за даними [32]

Дослідивши зовнішні умови та умови для розміщення туристів, доцільно розглянути загальну програму замкового туру, у табл. 2.3

Таблиця 2.3

Загальна характеристика програми замкового туру по землях Баварії

Дні	Характеристика та основні події, запропоновані в межах оздоровчого туру
День перший	Прибуття до готельного комплексу 18:00. Розміщення, вечеря та вечірні заходи.
День другий	Сніданок, екскурсія в замок Хоеншвангау, вільний час, обід, прогулянка по місту, вечеря та вечірні заходи.
День третій	Сніданок, екскурсія в замок Нойшванштайн, вільний час, обід, екскурсія по Фюсену, вечеря та вечірні заходи.
День четвертий	Сніданок, екскурсія в Баварський палац Ліндерхоф, обід, вільний час, вечеря та вечірні заходи.
День п'ятий	Сніданок, поїздка в Замок Херренкімзе, екскурсія, обід, вільний час, вечеря та вечірні заходи.
День шостий	Сніданок, екскурсія в палац Людвіга Фердинанда, обід, вільний час, прогулянка по Мюнхену, вечеря та вечірні заходи.
День сьомий	Сніданок, вільний час. Виїзд 12:00.

Джерело: Складено автором

Таким чином, замковий тур по землях Баварії включає огляд всього різноманіття найбільш відомих фортифікаційні та палацові об'єктів Баварії. Пересування туристів, доведення на екскурсії по баварського регіону здійснюються за допомогою трансфера, вартість якого включена до вартості проживання. За додаткові кошти туристи мають можливість відвідувати додаткові екскурсії, заклади ресторанного господарства та інші культурно-розважальні події.

Крім того, готельний комплекс має власний ресторан, кафе-бар та банкетний зал. До вартості проживання включена вартість сніданків. Обід та вечерю туристи мають можливість придбати за власні кошти. За бажанням туристи мають можливість відвідувати ресторани та кафе поза межами готельного комплексу, найпопулярнішими серед яких є: Restaurant Ludwigs, La Perla Ristorante Pizzeria, Nietmann`s Restaurant, Ristorante Pizzeria Michel.

Після проведення загального аналізу замковий тур по землях Баварії, доцільно здійснити його детальну характеристику. Початковим пунктом прибуття туристів є м. Львів, звідки група туристів (у кількості 16 осіб)

доїжджають до м. Фюссен. Найбільш оптимальною можливістю доставки групи туристів до готельного комплексу «Ferienhaus Vitushöhle» є рейсовий автобус, вартість якого складає 1900,00 грн. з особи (табл. 2.1 та 2.2). Наступною складовою створення туристичного продукту є підготовка технологічної карти за маршрутом подорожі та графік заїздів, які відображено у табл. 2.4 та 2.5 відповідно:

Таблиця 2.4

Технологічна карта замкового туру по землях Баварії

№ п/п	Параметри	Опис
I	Назва маршруту	м. Львів – м. Фюссен – м. Львів
	Вид туру та мета поїздки	Замковий тур. Мета: культурно-естетичний розвиток, відпочинок
	Вид транспорту	Мікроавтобус «Mercedes Bens»
	Основні пункти маршруту	Німеччина, Фюссен. Мюнхен. За додаткову плату можливе відвідування інших міст баварського регіону
	Вид маршруту	Змішаний (автомобільний та пішохідний)
	Кілометраж	Індивідуально, залежно від фізичних можливостей туристів. Середній кілометраж маршруту – 100-110 км (включно з пересуванням по містам).
	Тривалість маршруту в днях	7 днів / 6 ночей
	Кількість туристичних груп	1 група
II	Всього туристів на маршруті	16 туристів
	Затрати з екскурсійного обслуговування	1. Екскурсія в замок Хоеншвангау – 30,00 євро/ос. (включена у вартість туру); 2. Екскурсія у Нойшванштайн – 40,00 євро/ос. (включена у вартість туру); 3. Екскурсія в Баварський палац Ліндерхоф – 60,00 євро/ос.; 4. Екскурсія в амок Херренкімзе – 25,00 євро/ос.; 5. Екскурсія в палац Людвіга Фердинанда – 40,00 євро/ос.; Усі екскурсійні тури не входять у вартість замкового туру та обираються за бажанням туристів.
	Тривалість роботи керівника туристичної групи	Керівник туристичної групи цілодобово підтримує зв'язок з групою, координує роботу туристичної групи, екскурсійних операторів та адміністрації готелю. Загальна тривалість роботи керівника туристичної групи – 7 днів.
	Вартість путівки на туристичну групу на 7 днів	620 544,00 грн

	Вартість путівки на одну особу на 7 діб	38 784,00 грн
III	Коротка інформація про транспортне обслуговування під час подорожі та заклади розміщення та харчування по маршруту	Транспортне обслуговування здійснюється за допомогою мікроавтобуса, вартість перевезень включена у вартість туристичної путівки. Розміщення та проживання здійснюється у готельному комплексі «Ferienhaus Vitushöhle». Проживання включене у вартість замкового туру. За програмою замкового туру харчування здійснюється у ресторані готелю, у вартість туру включена вартість сніданків. Заклади харчування можуть бути змінені за бажанням туристів, харчування здійснюється за власний рахунок.

Джерело: Складено автором за даними [32]

Таблиця 2.5

Графік заїздів

Місяць року	Максимальна кількість туристів в місяць	Графік заїзду туристичних груп за датами місяця	Кількість груп в місяць
січень	48	05.01.2023 12.01.2023 26.01.2023	3
лютий	64	02.02.2023 09.02.2023 16.02.2023 23.02.2023	4
березень	64	08.03.2023 15.03.2023 22.03.2023 29.03.2023	4
квітень	64	05.04.2023 12.04.2023 19.04.2023 26.04.2023	4
травень	80	03.05.2023 10.05.2023 17.05.2023 24.05.2023 31.05.2023	5
червень	64	07.06.2023 14.06.2023 21.06.2023 28.06.2023	4
липень	64	05.07.2023 12.07.2023 19.07.2023 26.07.2023	4

серпень	80	02.08.2023 09.08.2023 16.08.2023 23.08.2023 30.08.2023	5
вересень	64	06.09.2023 13.09.2023 20.09.2023 27.09.2023	4
жовтень	64	04.10.2023 11.10.2023 18.10.2023 25.10.2023	4
Місяць року	Максимальна кількість туристів в місяць	Графік заїзду туристичних груп за датами місяця	Кількість груп в місяць
листопад	64	08.11.2023 15.11.2023 22.11.2023 29.11.2023	4
грудень	48	06.12.2023 13.12.2023 20.12.2023	3
Всього за маршрутом:	768	48	48

Джерело: Складено автором

У таблицях 2.6 та 2.7 подана додаткова проектна документація, яка відображає особливості туристичного маршруту: зміст та графік маршруту, схему маршруту замкового туру.

Таблиця 2.6

Програма замкового туру по землях Баварії

День	Час	Програма туру
День перший	18:00	Прибуття до готельного комплексу «Ferienhaus Vitushöhle».
	19:00	Вечеря у ідальні ресторану готелю або в іншому закладі за бажанням туриста.
	20:00	Вільний час. Ніч у готелі.
День другий	08:30	Сніданок.
	10:00	Екскурсія в замок Хоеншвангау
	13:00	Вільний час.
	14:30	Обід.
	15:00	Екскурсія по м. Фюссен.
	17:30	Вільний час. Можливість відвідування тенісного корту, спортивних майданчиків, тренажерного залу, сауни/бані.

День	Час	Програма туру
	19:00	Вечеря у їдальні ресторану готелю або в іншому закладі за бажанням туриста.
	20:00	Вільний час. Ніч у готелі.
День третій	08:30	Сніданок.
	10:00	Екскурсія в замок Нойшванштайн
	13:00	Вільний час.
	14:30	Обід.
	15:00	Екскурсія по м. Фюссен
	17:30	Вільний час. Можливість відвідування тенісного корту, спортивних майданчиків, тренажерного залу, сауни/бані.
	19:00	Вечеря у їдальні ресторану готелю або в іншому закладі за бажанням туриста.
	20:00	Вільний час. Ніч у готелі.
День четвертий	08:30	Сніданок.
	10:00	Екскурсія в Баварський палац Ліндерхоф
	14:30	Обід
	17:30	Вільний час. Можливість відвідування басейну, масажного кабінету або бальнеологічних процедур.
	19:00	Вечеря у їдальні ресторану готелю або в іншому закладі за бажанням туриста.
	20:00	Вільний час. Ніч у готелі.
День п'ятий	08:30	Сніданок.
	10:00	Поїздка в Замок Херренкімзе
	14:30	Обід.
	15:00	Відпочинкова програма. Відвідування магазинів.
	17:30	Вільний час.
	19:00	Вечеря у їдальні ресторану готелю або в іншому закладі за бажанням туриста.
	20:00	Вільний час. Ніч у готелі.
День шостий	08:30	Сніданок.
	10:00	Екскурсія в палац Людвіга Фердинанда
	14:30	Обід.
	15:00	Відпочинкова програма. Можливість відвідування будь-яких місць або використання інших послуг, які пропонуються адміністрацією готелю.
	17:30	Вільний час. Відпочинкова програма відповідно до побажання туристів.
	19:00	Вечеря у їдальні ресторану готелю або в іншому закладі за бажанням туриста.
	20:00	Вільний час. Ніч у готелі.
	День сьомий	08:30
11:00		Збір речей, підготовка до здачі номерів.
12:00		Виїзд з готелю. Довезення до м. Львова

Джерело: Складено автором

Схематичне зображення маршруту замкового туру має наступний вигляд (рис. 3.2.).

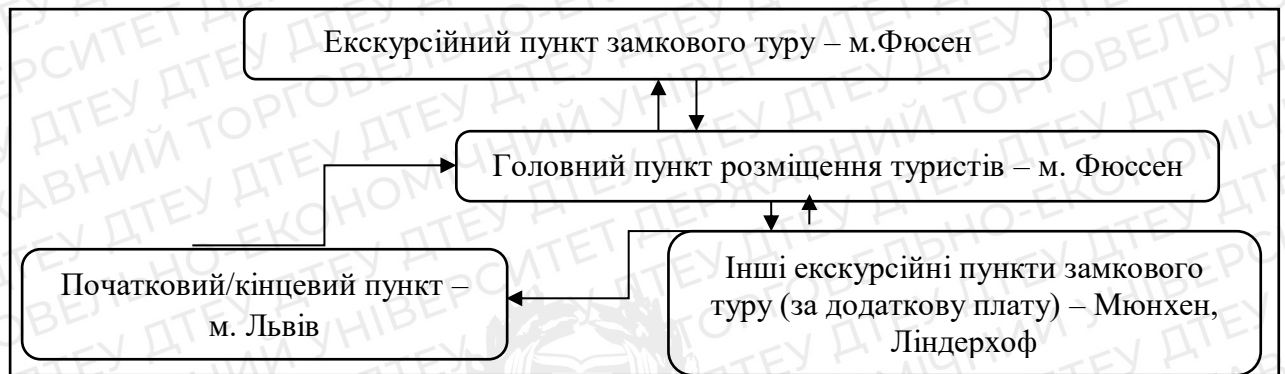


Рис. 3.2. Схема туристичного маршруту по землях Баварії

Джерело: Складено автором

Наступною складовою створення туристичного продукту є підготовка для кожного з туристів інформаційних листків, які додаються до туристичної путівки (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Інформаційний листок до туристичної путівки

Параметри	Характеристика
1	2
Назва країни перебування	Німеччина
Найменування міста перебування	м. Фюссен, Баварія
Державний устрій країни перебування	унітарна парламентсько-президентська республіка
Столиця	м. Берлін
Великі міста	м.Гамбург, м.Мюнхен, м. Кельн, м.Франкфурт-на-Майні, м.Штутгарт, м.Дюссельдорф, м.Лейпциг
Розважальна та анімаційна програма під час подорожі	За бажанням туристів.
Корисні поради туристам	Маршрут туристичного замкового туру може змінюватись за бажанням туристів, можна індивідуально обирати додаткові послуги, вносити додаткові пропозиції та корективи, можливість реалізації яких буде розглянута керівником туристичної групи.
Рекомендації з правилами поведінки при здійсненні поїздки	Туристи повинні поводитися під час туристичного маршруту так, щоб їх спілкування не приносило ніякої шкоди та не заважало іншим учасникам групи і оточенню.

Джерело: Складено автором

Отже, в п. 2.1. було детально охарактеризовано замковий тур в м. Фюсен, Баварія. Такий маршрут є найбільш доцільним, враховує індивідуальні побажання туристів, у ньому оптимально поєднані найвідоміші фортифікаційні та палацові об'єкти та відпочинкові цілі поїздки.

2.2. Заходи та інструменти просування замкового туру на ринку України

Просування замкового туру на ринку України може бути ефективним, якщо використати відповідні сучасні маркетингові стратегії та інструменти. За даними досліджень, одним із ефективних інструментів на ринку сьогодні є використання соціальних мереж [9, с.111].

В Україні Instagram є однією з найпопулярніших соціальних платформ і займає друге місце за охопленням користувачів. У 75 % українців встановлено додаток Instagram. Українські користувачі проводять у додатку в середньому 20 хвилин у день, або 6 годин у місяць – такі показники вищі ніж в YouTube та Twitter [9, с.112].

В Україні основними користувачами Instagram є жінки – 64 % користувачів у віці від 18-35 років. Вікова група старше 35 років становить 10 % від усієї кількості користувачів. Основна група користувачів Instagram в Україні – це молоді люди. 60 % з них щодня відвідують Instagram, розміщують фото і переглядають стрічку новин [5].

Додаток Instagram, як маркетинговий інструмент, є актуальним у бізнес-структурах. Користувачі Instagram мають можливість обмінюватися інформацією різного типу та дізнаватися про відомі бренди.

Головною особливістю цієї соціальної платформи є креолізованість (або полікодовість), тобто реалізація тексту в ній відбувається одночасно на декількох рівнях – вербальному і візуальному [6]. Сьогодні значно розширилися межі використання додатку, які були початково закладені розробниками. Instagram дозволяє не тільки ділитися фотографіями,

відеозаписами. Він перетворився на популярний майданчик для спілкування, ефективний інструмент реклами та самореклами.

Доступність – ще одна відмінна риса цієї платформи. Додаток має інтуїтивно зрозумілий, зручний інтерфейс, який не вимагає спеціальних умінь і матеріальних ресурсів. Специфічні «фільтри» дозволяють швидко і зручно обробити фотографії.

Instagram потенційно є перспективним майданчиком як для B2C-брендів (тобто націлених на кінцевого споживача), так і для орієнтованих на бізнес-аудиторію компаній. За даними звіту Hootsuite Digital 2022, Instagram сьогодні – одна з найперспективніших платформ для просування бізнесу:

- у Instagram в порівнянні з іншими популярними соціальними мережами найвищий показник залученості – 2,3 %;
- у Instagram в 58 разів вище показники залученості, ніж у Facebook;
- 68 % користувачів Instagram регулярно взаємодіють з брендами;
- користувачі Instagram в 2,5 рази більш охоче переходять на рекламу, ніж користувачі інших соціальних мереж;
- 96 % відомих брендів використовують Instagram [9, с.111].

Варто узагальнити, що від свого заснування у 2008 р, соціальна мережа Instagram зазнала багато змін. За такий короткий період, вона перетворилась із примітивного додатку у глобальну соціальну мережу, яка має мільйони користувачів по всій планеті. Сьогодні соціальна мережа Instagram входить до числа найбільш перспективних майданчиків для просування комерційних і соціальних проектів, що обумовлено високими показниками охоплення аудиторії та можливостями оцінки ефективності впливу на цільову аудиторію.

Метою просування замкового туру «По землях Баварії» на ринку України є збільшення продажу та забезпечення просування туристичного продукту на ринку туризму і отримання стабільного прибутку. Реалізація проекту передбачає:

- розробку контент-плану замкового туру «По землях Баварії» в

Instagram для формування і підтримки сприятливого іміджу;

- підсилення напрямку «Персональний продаж» через поштове розсилання;
- створення нової мережі у задіяних сегментах ринку;
- презентацію товарів компанії підприємства в нових сегментах.

Основні цілі комунікаційних заходів замкового туру «По землях Баварії» в Instagram:

- формування іміджу продукту;
- підтримувати рівень відомості;
- збільшити кількість клієнтів;
- підвищення рівня продажів і збільшення прибутку;
- закріплення продукту на ринковому сегменті.

Таким чином, для інформування цільової аудиторії в в Instagramі необхідно виділити такі завдання та види комунікацій (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Основні завдання та види комунікацій для інформування цільової аудиторії замкового туру «По землях Баварії» в Instagram

Завдання	Види комунікацій в акаунті Instagram
Інформування про послугу «Персональний продаж» через поштове розсилання	Актуальне
Презентація туристичного продукту	Публікація
Формування позитивного іміджу	Сторіс, публікація
Пошук партнерів	Сторіс, публікація

Джерело: Складено автором

Опис кінцевого споживача запропонованої комунікаційної замкового туру «По землях Баварії» відобразимо в табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Цільова аудиторія замкового туру «По землях Баварії» в Instagram

Соціально-демографічні показники	
Вік	Від 15 до 65 років
Стать	Чоловіки 60%; Жінки 40%

Соціально-демографічні показники	
Рівень доходу	Середній, вище середнього, високий
Сімейний стан	Одружені 45%; самотні 35%; розведені 20%
Національність	Українці
Професія	Молодь, пенсіонери, студенти
Освіта	Середня спеціальна 10%; вища 1 освіта 70%; вища 2 освіта 20%
Етапи життєвого циклу сім'ї	Мають дітей (1-2 дитина) 30%; одинокі 50%; пара без дітей 15%; мають дітей, які вже не живуть з батьками 5%
Психографічні показники	
Соціальна верства	Середнього та високого достатку
Стиль життя	Міський, сімейний, молодіжний
Особисті якості	Зацікавленість, люб'язність, любов до сім'ї, активні, відповідальні, переважно новатори або схильні до новаторства
Географічні показники	
Країна	Україна
Регіон для України	Північний, південний, західний, центральний
Чисельність населення (для міст)	До 1 млн. осіб, 1-4 млн. осіб, понад 4 млн. осіб
Щільність населення	Місто, передмістя
Поведінкові показники	
Ступінь випадкової покупки	Навмисна покупка – 70%; випадковий характер придбання – 30%
Пошук вигоди	Пошук додаткових переваг за умови придбання туру чи пошук туру, який буде самобутній: висока якість, унікальність та інше. Ціна – другорядний показник.
Ступінь необхідності товару	Помірна
Ступінь готовності купити товар/послугу	Недостатньо інформований, щоб купити; прагне купити; обов'язково купить
Привід для здійснення покупки	Послуги попереднього вибору

Джерело: Складено автором

У табл. 2.10 наведемо календарний план проєкту удосконалення комунікаційного процесу замкового туру «По землях Баварії» в Instagram на 2024 рік.

Таблиця 2.10

Календарний план проєкту

№ з/п	Найменувань робіт	Виконавець	Тривалість	Дата початку	Дата закінчення	Витрати, тис. грн.
1	Проведення маркетингових досліджень	Директор	4	30.01	01.02	х
2	Прийняття остаточного рішення щодо доцільності удосконалення акаунту в Instagram	Менеджер	2	15.02	19.03	х
3	Розробка контент-плану	Директор	2	15.02	19.03	х
4	Розробка заходів з формування і підтримки сприятливого іміджу через Instagram	Менеджер	2	15.02	19.03	123,6
5	Пошук блогерів для реклами акаунта	Менеджер	2	15.02	29.03	61,1
6	Реалізація проєкту	Менеджер	2	19.04	07.06	40,6
7	Визначення ефективності від реалізації проєкту	Економіст	9	08.06	15.07	В межах заробітної плати

Джерело: Складено автором

На основі визначеної мети та завдань проєкту складемо контент-план для замкового туру «По землях Баварії» в Instagram на місяць (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Контент-план для акаунта замкового туру «По землях Баварії» в Instagram на місяць

	Понеділок	Вівторок	Середа	Четвер	П'ятниця	Субота	Неділя
1-7 число місяця	Пост-знайомство з компанією		Знайомство з технологіями		Опис послуги + ціна + умови		
8-14 число місяця	Опитування: який варіант туру більше подобається?		Знайомство з співробітниками			Пост-відгуки	

	Понеділок	Вівторок	Середа	Четвер	П'ятниця	Субота	Неділя
15-21 число місяця	Опис туру + ціна + умови		Оновлення асортименту		Відповіді на питання		
22-28 число місяця	Знайомство з перевізником		Оновлення туру			Пост- відгуки	
29-31 число місяця	Умови		Опис туру + ціна		Відповіді на питання	Пост- відгуки	Опис туру + ціна

Джерело: Складено автором

Інформація про оновлення туристичних маршрутів. Організаторам замкового туру «По землях Баварії» необхідно розказати і показати нові об'єкти для відвідування, з обов'язковим згадуванням їх історії.

Відео з турів. Мета – показати, як відбувається тур (тобто покупець туру, отримує свій туристичний продукт). Можна використовувати для користувача контент, запропонувати тур блогеру безкоштовно, в обмін на відео і просуванням в мережі.

Знайомство з компанією. Компанії потрібно розказати, що вона сама веде акаунт, читаєте кожен відгук. Можна розповісти про цілі відкриття акаунта та діяльності компанії.

Публікації для продажу. Тут повинна бути вся інформація, яку розміщують в картці туру на сайті компанії – ціна, опис, умови. В акаунті організаторів туру пости з турами сприймаються добре, але періодично їх потрібно розбавляти розважальним або особистим контентом.

Підводячи підсумок, можна сказати, що рекламна кампанія в Instagram буде діяти впродовж всього місяця відповідно до розробленого контент-плану.

Далі, для усебічного аналізу запропонованих заходів, проведемо

підрахунок витрат на реалізацію проєкту просування акаунта замкового туру «По землях Баварії» в Instagram зображений в табл. 2.12.

Таблиця 2.12

Загальний кошторис витрат на реалізацію проєкту просування замкового туру «По землях Баварії» в Instagram

Напрямок витрат	Ціна реалізації (грн)
Створення відеороликів для Instagram	5 000
Створення фотоколажів	1 600
Організація акцій та розпродажів	8 000
Угоди з блогерами для реклами товарів	13 000
Всього	27600

Джерело: Складено автором

В результаті підрахування витрат на реалізацію проєкту просування акаунта замкового туру «По землях Баварії» в Instagram, виходить, що сума на всі витрати становить 27 600 грн. Сума досить невелика в порівнянні з бюджетами рекламних кампаній світових брендів, але з точки зору невеликого підприємства, цього достатньо.

2.3. Економічне обґрунтування реалізації туру

Головною складовою аналізу економічної ефективності та доцільності введення у вітчизняну туристичну практику замкового туру в м.Фюссен «По землях Баварії», є його економічне обґрунтування та калькуляція вартості. Калькуляція вартості охоплює основні складові витрат на обслуговування туристів, проживання, харчування та інші додаткові відпочинково-розважальні послуги. Калькуляційною одиницею є загальний замковий тур, розрахований на 16 осіб та вартість туру для однієї особи.

Розпочати доцільно з транспортних витрат, оскільки початковим пунктом оздоровчого туру є м. Львів, звідки група туристів буде доставлятися до м. Фюссен. Вартість квитка для однієї особи складає 1900,00 грн, в яку включена

вартість палива та обслуговування туристів під час переїзду з одного населеного пункту в інший. Додатково необхідно врахувати проживання та харчування водія. Отже, загальний розмір транспортних витрат та їх складові вказано в табл. 2.13

Таблиця 2.13

Транспортні витрати та їх складові в межах замкового туру

Елементи транспортних витрат	Грошовий вимір, грн, за 7 діб
Базовий тариф (переїзд м. Львів – м. Фюссен – м. Львів)	3800,00 грн
Витрати на проживання водія	8400,00 грн
Витрати на харчування:	
сніданок	410,00 грн
обід	560,00 грн
вечеря	470,00 грн
Всього:	9 840,00 грн

Джерело: Складено автором

Загально-експлуатаційні та організаційні витрати, необхідні для обслуговування адміністративного персоналу туристичної компанії, оренди офісу або інших форс-мажорних обставин є постійними та формуються на основі ринкової кон'юнктури. Станом на 2022-2023 рр. такі витрати визначені у розмірі 9840,00 грн.

У табл. 2.14 наведена загальна калькуляція оздоровчого туру в м. Южне, Одеської області (ціни вказані на майбутній туристичний сезон весну-осінь 2024 року).

Таблиця 2.14

Калькуляція замкового туру «По землях Баварії»

№ з/п	Калькуляційна стаття	Показники			
		Кількість	Ціна	Вартість	Вартість за 7 діб
1.	Страховання	16 шт.	650,00 грн	1 680,00 грн	10400,00 грн
2.	Транспортні витрати	1 шт.	4 940,00 грн	4 940,00 грн	4 940,00 грн
3.	Проживання:				
	1-місне розміщення або	16 шт.	1600,00 грн/ос. або	12800	148 800,00 грн
	2-місне розміщення	8 шт.	3000,00 грн/пара	12000	

Продовження таблиці 2.14

№ з/п	Калькуляційна стаття	Показники			
		Кількість	Ціна	Вартість	Вартість за 7 днів
4.	Харчування: сніданок обід вечеря ланч/перекус	16 шт. - - -	450,00 грн. за власний рахунок	7200,00 грн	43 200,00 грн
5.	Екскурсійне обслуговування	Екскурсія в замок Хоеншвангау – 16 шт.; Екскурсія у Нойшванштайн – 16 шт.	1200,00 грн 1600,00 грн	19 200,00 грн 25 600,00 грн	19 200,00 грн 25 600,00 грн
6.	Додаткові витрати	-	-	-	-
7.		Разом прямих витрат:		83 420,00 грн	252 140,00 грн
8.	Загально- виробничі та організаційні витрати	16 шт.	1 000,00 грн	16 000,00 грн	16 000,00 грн
9.	Заробітна плата керівника туристичної групи	16 шт.	500,00 грн	8 000,00 грн	48 000,00 грн
10.		Виробнича собівартість:		38 820,00 грн	102 820,00 грн
11.		Прибуток (30%):		50 466,00 грн	133 666,00 грн
12.		Ціна загального замкового туру на 16 осіб на 7 днів, без ПДВ:		517 120,00 грн	
13.		ПДВ:		103 424, 00 грн	
14.		Ціна загального оздоровчого туру на 16 осіб на 7 днів, з ПДВ:		620 544, 00 грн	
15.		Ціна загального оздоровчого туру на 1 особу на 7 днів, з ПДВ:		10 025,00 грн	

Джерело: Складено автором

Отже, ціна загального замкового туру на 1 особу на 7 днів сягатиме 38 784,00 грн, що є прийнятною для туру такого виду.

Для успішної реалізації розробленого туристичного продукту та отримання прибутків необхідно розглянути план-графік його продажу та

орієнтовний обсяг покупців у різні періоди 2024 року, табл. 2.15.

Таблиця 2.15

**Прогнозний план реалізації замкового туру «По землях Баварії»
на 2024 рік**

Місяць	Кількість реалізованих турів	Вартість реалізованих турів	Дати заїзду
Січень	15 шт.	150 375,00 грн	05.01.2022
			12.01.2022
			26.01.2022
Лютий	19 шт.	736 896,00 грн	02.02.2022
			09.02.2022
			16.02.2022
			23.02.2022
Березень	21 шт.	814 464,00 грн	08.03.2022
			15.03.2022
			22.03.2022
			29.03.2022
Квітень	33 шт.	1279872,00 грн	05.04.2022
			12.04.2022
			19.04.2022
			26.04.2022
Травень	60 шт.	2327040,00 грн	03.05.2022
			10.05.2022
			17.05.2022
			24.05.2022
			31.05.2022
Червень	63 шт.	2443392,00 грн	07.06.2022
			14.06.2022
			21.06.2022
			28.06.2022
Липень	69 шт.	2676096,00 грн	05.07.2022
			12.07.2022
			19.07.2022
			26.07.2022
Серпень	71 шт.	2753664,00 грн	02.08.2022
			09.08.2022
			16.08.2022
			23.08.2022
			30.08.2022
Вересень	65 шт.	2520960,00 грн	06.09.2022
			13.09.2022
			20.09.2022
			27.09.2022
Жовтень	63 шт.	2443392,00 грн	04.10.2022
			11.10.2022
			18.10.2022
			25.10.2022

Продовження табл. 2.15

Листопад	52 шт.	2016768,00 грн	08.11.2022 15.11.2022 22.11.2022 29.11.2022
Грудень	24 шт.	930816,00 грн	06.12.2022 13.12.2022 20.12.2022
Всього:	555 шт.	21 093 735 грн	

Джерело: Складено автором

На підставі проведених розрахунків можна визначити фінансові результати діяльності від організації замкового туру «По землях Баварії», які відображено в табл. 2.16

Таблиця 2.16

Фінансові результати від продажу замкового туру у 2024 році

Показник	Сума, тис. грн
Валовий дохід від надання послуг	21 093 735 грн
ПДВ	3 515 622,5 грн
Чистий дохід від надання послуг	17 578 112,5 грн
Виробнича собівартість	16 741 014,4 грн
Валовий прибуток	3 226 254,2 грн
Податок на прибуток (18%)	301 154, 6 грн
Чистий прибуток	3374997,6 грн

Джерело: Складено автором

Розрахунки валового доходу за формулою:

$$TR=P \times Q, \quad (2.1)$$

де TR-загальний дохід,

P-ціна одиниці продукції,

Q-обсяг проданої продукції

ПДВ=Відпускна ціна (собівартість + прибуток) × ставка податку

Чистий дохід від надання послуг розраховується за формулою:

$$\text{ЧД} = \text{ЗД} - \text{ЗВ}, \quad (2.2)$$

де ЧД-чистий дохід,
ЗД-загальні доходи,
ЗВ-загальні витрати

Розрахунки валового прибутку за формулою:

$$\text{Pr} = \text{TR} - \text{ТС}, \quad (2.3)$$

де Pr-валовий прибуток,
TR-валовий дохід,
ТС-валові витрати

Чистий прибуток розраховується за формулою:

$$\text{NPr} = \text{Pr} - \text{T}, \quad (2.4)$$

де NPr-чистий прибуток,
Pr-валовий прибуток,
T-податок на прибуток

Таким чином, враховуючи ринкову кон'юнктуру та попит на туристичні послуги можна стверджувати, що вихід нового замкового туристичного продукту на вітчизняний ринок є економічно доцільним, рентабельним та ефективним. Проведене дослідження підтверджує прибутковість продажів замкових турів «По землях Баварії». Вже у 2024 році можна буде отримати чистий прибуток у розмірі 3 374 997,6 грн. Враховуючи позитивну динаміку туристичного ринку та схильність споживачів до придбання путівок запропонованого формату можна розраховувати на підвищення попиту шляхом залучення нових споживачів та розширення ринків збуту туристичного продукту. Такі тенденції створюють передумови для сталої динаміки прибутковості в майбутніх періодах.

ВИСНОВКИ

У випускній кваліфікаційній роботі ми провели дослідження особливостей розвитку замкового туризму територією Баварії (Німеччина) з метою використання його досвіду для розвитку туристичної галузі України. На основі отриманих даних, можемо зробити наступні висновки:

1. Стрімкий розвиток туризму, породжує його нові види та форми, у тому числі і такий вид, як замковий туризм. Однак досі немає єдиного визначення цього виду туризму, у науковій літературі недостатньо чітко розкрита суть поняття «замковий туризм», та його термінологія. У загальному, замковий туризм є особливим видом пізнавального туризму, основою якого є відвідування атрактивних об'єктів фортифікаційної та палацової архітектури, що є дієвим засобом культурного та патріотичного виховання особистості.

2. Замковий туризм є популярним видом туризму у світі. Основні країни, які спеціалізуються на замковому туризмі, це Великобританія, Ірландія, Франція, Німеччина та Іспанія. В цих країнах є велика кількість замків, які зберігають історію країн та пропонують туристам багато цікавих атракцій. Однак, замковий туризм розвивається і в інших країнах, наприклад, в Чехії, Польщі, Італії, Швеції та Норвегії. У цих країнах є також багато замків, які є важливою частиною культурного та історичного спадку країн. Сучасні дослідники, виділяють наступні тенденції розвитку замкового туризму: росте попит на аутентичні та історичні враження; розвиток досвіду. Відвідувачі замків та палаців хочуть отримати більше, ніж просто звичайний огляд; збільшення доступності. Завдяки розвитку транспортної інфраструктури та доступності більшої кількості авіарейсів, замковий туризм стає все більш доступним; розширення діапазону послуг. У замках та палаців з'являється більше можливостей для відвідувачів; розвиток технологій. Технології змінюють туристичний продукт, зокрема й замковий; стрімкий розвиток туризму у сфері оздоровлення. Так, такий вид туризму може підходити для людей, які хочуть поєднати свій відпочинок з фізичними вправами та заняттям

спортом. До недоліків замкового туризму можна віднести те, що багато замків є приватною власністю та їх власники можуть змінювати умови відвідування або навіть закрити їх для туристів. Також, замки часто є розташовані віддалено від центрів міст, що може складати проблеми з транспортом та розміщенням.

3. Німеччина є однією з провідних країн у замковому туризмі в світі. У країні знаходиться понад 25 000 замків та палаців, які приваблюють мільйони туристів щороку. Замки та палаці у Німеччині розташовані по всій території країни, і кожен регіон має свої унікальні замки та палаці. Баварія (нім. Bayern, або нім. Freistaat Bayern - Вільна держава Баварія) розташована в південно-східній частині країни. На півдні землі знаходяться Баварські Альпи, з найвищою точкою не тільки Баварії, але й всієї Німеччини – горою Цугшпітцес. Важливим туристичним ресурсом Баварії є об'єкти фортифікаційної та палацової архітектури, що розвиває напрямок замкового туризму. Загалом, у цьому районі Німеччини понад сто таких культурних пам'яток різного рівня значимості та стилю.

4. На основі проведеного дослідження замкового туризму в Баварії, ми запропонували розробку замкового туру по землях Баварії, де є одні з найбільш відомих фортифікаційні та палацові об'єкти у світі: замок Хоеншвангау, замок Нойшванштайн, Баварський палац Ліндерхоф, замок Херренкімзе, палац Людвіга Фердинанда і т.д.. Головною метою замкового туру до обраного міста є культурно-естетична привабливість, а також відпочинок. Запропонований замковий тур по землях Баварії розрахований на сім днів / шість ночей. Вартість путівки на одну особу на 7 діб – 38 784,00 грн. . Такий маршрут є найбільш доцільним, враховує індивідуальні побажання туристів, у ньому оптимально поєднані найвідоміші фортифікаційні та палацові об'єкти та відпочинкові цілі поїздки.

5. У роботі запропонований захід просування замкового туру на ринку України – соціальні мережі, а саме Instagram. Instagram потенційно є перспективним майданчиком як для B2C-брендів (тобто націлених на кінцевого

споживача), так і для орієнтованих на бізнес-аудиторію компаній. Основні цілі комунікаційних заходів замкового туру «По землях Баварії» в Instagram: формування іміджу продукту; підтримувати рівень відомості; збільшити кількість клієнтів; підвищення рівня продажів і збільшення прибутку; закріплення продукту на ринковому сегменті. Рекламна кампанія в Instagram буде діяти впродовж всього місяця відповідно до розробленого контент-плану. В результаті підрахування витрат на реалізацію проєкту просування акаунта замкового туру «По землях Баварії» в Instagram, виходить, що сума на всі витрати становить 27 600 грн. Сума досить невелика в порівнянні з бюджетами рекламних кампаній світових брендів, але з точки зору невеликого підприємства, цього достатньо.

6. Провівши економічний аналіз обґрунтування туру, ми встановили що враховуючи ринкову кон'юнктуру та попит на туристичні послуги можна стверджувати, що вихід нового замкового туристичного продукту на вітчизняний ринок є економічно доцільним, рентабельним та ефективним. Проведене дослідження підтверджує прибутковість продажів замкових турів «По землях Баварії». Вже у 2024 році можна буде отримати чистий прибуток у розмірі 3 374 997,6 грн. Враховуючи позитивну динаміку туристичного ринку та схильність споживачів до придбання путівок запропонованого формату можна розраховувати на підвищення попиту шляхом залучення нових споживачів та розширення ринків збуту туристичного продукту. Такі тенденції створюють передумови для сталої динаміки прибутковості в майбутніх періодах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Doerr, Luisa, et al. How new airport infrastructure promotes tourism: evidence from a synthetic control approach in German regions. *Regional Studies* 54.10. 2020. P.1402-1412.
2. Job, Hubert, et al. Park–people relationships: The socioeconomic monitoring of national parks in Bavaria, Germany. *Sustainability* 13.16. 2021. P.89-94.
3. Schmude, Jürgen, et al. COVID-19 and the Pandemic's Spatio-Temporal Impact on Tourism Demand in Bavaria (Germany). *Tourism: An International Interdisciplinary Journal* 69.2. 2021. P.246-261.
4. Басюк Д.І. Трансформація туризму в Україні на принципах сталого розвитку: досвід європейських країн / Д.І. Басюк, Т.Ю. Примак, Н.В. Погуда // *Економіка та держава*. – 2019. – № 2. – С.17-21.
5. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О.О. Бейдик. – К.: Видавничо-поліграфічний відділ „Київський університет”, 2001. – 395 с.
6. Беспала О.А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні / О.А. Беспала // *Економіка: реалії часу*. – 2017. – №6 (34). – С. 9-17.
7. Борблік К.Е. Сталий розвиток ринку туристичних послуг: сутність, цілі та особливості / К.Е. Борблік // *Проблеми системного підходу в економіці*. – 2019. – Вип. 1(1). – С. 65-73.
8. Гавва В.М. Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні / В.М. Гавва // *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. Сер. : *Актуальні проблеми розвитку українського суспільства*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ". – 2019. – № 1. – С. 111-115.
9. Голишева Є.О. Особливості використання інструментів інтернет-маркетингу на підприємстві / Є.О. Голишева , Т.В. Кириченко, Я.А. Коваленко//

Молодий вчений. – 2014. – № 10 (13)(1). – С. 53–56. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/ru/archive/13/> (дата звернення: 10.04.2023)

10. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посібник / Л.І. Гонтаржевська. – Донецьк: Східний видавничий дім. – 2008. – 180 с.

11. Готельний комплекс «Ferienhaus Vitushöhle». URL:https://ferienhaus-bayern-5sterne.de/?gclid=CjwKCAjw6IiiBhAOEiwALNqncYzlhUCgzpsMey5Bixy4PfZvaJuomDahFnrRJdwvOPWYJ2Jh6pF-zhoCW5AQA_vD_BwE (дата звернення: 10.04.2023).

12. Дубоделова А.В. Особливості та тенденції розвитку сільського туризму в Україні / А.В. Дубоделова // *Науковий вісник НЛТУ України.* – 2013. – Вип. 23(2) – С. 118–122.

13. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.

14. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 325/95. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 10.04.2023).

15. Ісаєнко В.М. Стратегія сталого туризму / В.М. Ісаєнко, К.Д. Ніколаєв, К.О. Бабікова, Г.О. Білявський. – К.: Видавництво Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, 2014. – 300 с.

16. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.

17. Кифяк В.Ф. Розвиток туризму, як один зі сценаріїв покращення соціально-економічного стану Чернівецької області / В.Ф. Кифяк // *Туризм.* – 2015. – Вип. II (58). – С. 67-81.

18. Ковальчук С.В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування / С.В. Ковальчук // *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки.* – 2011. – №6. – Т. 4. – С. 60–65.

19. Косар Н. Дослідження розвитку туризму в умовах кризи / Н. Косар // *Актуальні проблеми економіки*. 2016. – №2 (176). – С. 115-125
20. Лебедев І.В. Сталий розвиток туризму: досвід Європейського Союзу і завдання для України / І.В. Лебедев // *Вісник соціально-економічних досліджень*. – 2018. – № 3 (67). – С. 77-87
21. Левицька І.В. Розвиток туристсько-рекреаційного потенціалу регіону як основа формування туристичного кластера / І.В. Левицька // *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. – 2016. – Вип. 9. – С. 92-96
22. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
23. Ляшкевич П. Туризм в Україні: Сучасний стан та пріоритети розвитку / П. Ляшкевич // *Освіта України*. – 2014. – №85. – С. 178.
24. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навч. посібник. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 272 с.
25. Маслиган О.О. Зарубіжний досвід кластеризації сфери рекреації та туризму / О.О. Маслиган // *Науковий вісник Ужгородського університету: Серія: Економіка*. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла» – 2012. – Вип. 2 (36). – С. 260-266.
26. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України / В.І. Мацола // *Ін-т регіон. дослідж. НАН України*. – Л., 1997. – 259 с.
27. Миронов Ю.Б. Сутність та чинники сталого розвитку туризму в регіоні / Ю.Б. Миронов // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2013. – Вип. 23(11) – С.117-122.
28. Михайлюк О.Л. Перспективи розвитку сільського (зеленого) туризму в Одеській області / О.Л. Михайлюк // *Науковий вісник. Одеський національний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія*. – 2013. – № 2 (181). – С. 132–140.

29. Мордань Є.Ю. Інвестиції в туристичну сферу в Україні: Сучасний стан, проблеми та перспективи / Є.Ю. Мордан, А.С. Білець, К.В. Сердюк // *Вісник Запорізького національного університету*. – № 1 (29). – 2016. – С.50-55.
30. Оксфордська енциклопедія. URL: <http://dic.academic.ru>. (дата звернення: 16.04.2023).
31. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: WorldTravelandTourism. <http://www.wttc.org/research/economic-research/>. (дата звернення 10.04.2023).
32. Офіційний сайт Державного міністерства з питань економіки, державного розвитку та енергетики Баварії. URL: <https://www.stmwi.bayern.de/tourismus/>(дата звернення 10.04.2023).
33. Офіційний сайт Федеративної землі Баварія. URL:<https://www.bayern.de>(дата звернення 10.04.2023).
34. Скляренко Я.П. Інституціональна структура регулювання сфери міжнародного туризму в Європейському союзі / Я.П. Скляренко // *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. – 2018. – С. 142-149.
35. Смолій В.А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух. – К.: Видавничий Дім "Слово", 2016. – 372 с.
36. Стоцький О. Кластери у світовій індустрії туризму /О. Стоцький // *Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Економіка України в умовах глобалізації і регіоналізації» (м. Тернопіль, 3-4 квітня 2014 р.)*. – Тернопіль: ТНЕУ, 2014. – С. 289-292.
37. Сучасний тлумачний словник української мови: 65 000 слів/ За заг. ред. д-ра філол. наук, проф. В. В. Дубічинського. Х.: ВД «ШКОЛА», 2016. – 1008 с.
38. Туристичний портал Баварії. URL: <https://www.bavaria.by/service/media/> (дата звернення: 10.04.2023).

39. Туристичний портал Німеччини. URL: <https://www.deutschland.de/en>
(дата звернення: 10.04.2023)
40. Шепелюк С.І. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні / С.І. Шепелюк // *Вісник ДІТБ*. – 2013. – № 17. – С. 262–268.

