

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ
С.З. ГЖИЦЬКОГО

Кафедра туристичного бізнесу та гостинності

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ І
САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ

«Замковий туризм»

для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
денної та заочної форм навчання зі спеціальності 242 «Туризм і
рекреація» (ОПП «Туризм»)



Липчук Н.В. Методичні рекомендації до практичних занять і самостійної роботи з дисципліни «Замковий туризм» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня денної та заочної форм навчання спеціальності 242 «Туризм і рекреація» (ОПП «Туризм») Львів, 2025. 45с.

Рецензент: кандидат економічних наук, доцентка кафедри туризму Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького Данчевська І.Р.

Погоджено навчально-методичною комісією спеціальності ІЗ «Туризм та рекреація» протокол № 3 від «03» червня 2025 р.

Схвалено рішенням навчально-методичної ради факультету менеджменту, бізнесу та публічного адміністрування протокол № 1 від «25» серпня 2025 р.

ВСТУП

Дисципліна «**Замковий туризм**» є важливою складовою підготовки фахівців туристичної галузі, спрямованою на формування глибокого розуміння історико-культурної спадщини, її туристичного потенціалу та ролі у розвитку регіонів. Замкові комплекси, як унікальні пам'ятки архітектури та матеріальні свідчення історії, становлять особливу цінність для культурного туризму, зокрема для створення конкурентоспроможного туристичного продукту України.

Сучасний стан розвитку туризму характеризується зростанням інтересу до культурно-пізнавальних, історичних і тематичних подорожей, у яких замкові об'єкти відіграють ключову роль. Їх використання у туристичних маршрутах сприяє не лише підвищенню туристичної привабливості територій, а й збереженню, реставрації та популяризації історико-архітектурної спадщини.

Мета навчальної дисципліни - формування у студентів системи знань про історико-культурний та туристичний потенціал замкових споруд, особливості їх функціонування у сучасній туристичній індустрії, методику створення туристичних маршрутів і програм, що базуються на замковій спадщині.

У процесі вивчення курсу студенти опановують теоретичні основи замкового туризму, дізнаються про історію розвитку фортифікаційних споруд, їх типологію, архітектурні особливості та культурну цінність. Значна увага приділяється практичним аспектам - оцінці туристичного потенціалу замкових комплексів, організації екскурсійних і подієвих заходів, використанню цифрових технологій у промоції історичних об'єктів, формуванню навичок роботи з відвідувачами.

Актуальність дисципліни зумовлена потребою у фахівцях, здатних інтегрувати знання з історії, культурології, архітектури, менеджменту та маркетингу в діяльність, спрямовану на розвиток культурно-туристичних дестинацій. Замковий туризм є не лише формою пізнання минулого, а й потужним чинником регіонального розвитку, що стимулює економіку, сприяє відновленню історичного середовища та формує позитивний імідж держави у світовому туристичному просторі.

Методичні матеріали з дисципліни містять програму курсу, тематику лекційних, практичних і самостійних занять, орієнтовні питання для обговорення, завдання для самостійної роботи студентів, а також перелік рекомендованої літератури та інформаційних ресурсів. Вони покликані допомогти студентам у системному засвоєнні навчального матеріалу, розвитку аналітичного мислення, умінь оцінювати історико-культурні об'єкти та створювати на їх основі якісні туристичні продукти.

ТЕМА 1.

ЗАМКОВИЙ ТУРИЗМ: СУТНІСТЬ, ТЕРМІНОЛОГІЯ, КЛАСИФІКАЦІЯ ФОРТИФІКАЦІЙНИХ ОБ'ЄКТІВ

1. Замковий туризм - різновид культурно-пізнавального туризму, спрямований на відвідування та дослідження замків, фортець і інших оборонних споруд.

Замковий туризм є однією з найпривабливіших і водночас найскладніших форм культурно-пізнавального туризму, адже поєднує в собі елементи історії, архітектури, мистецтва, археології та національної спадщини. Його сутність полягає у пізнанні минулого через вивчення замкових комплексів, фортець, цитаделей і бастіонів, які виступають матеріальними свідченнями розвитку оборонної архітектури різних епох.

Замковий туризм приваблює не лише архітектурною естетикою, а й романтикою середньовіччя, історіями про правителів, лицарів, облоги та легенди. З позиції туристичної науки цей різновид подорожей належить до культурно-пізнавального та історичного туризму, оскільки його основна мета - вивчення і сприйняття культурно-історичної спадщини.

Термін «замковий туризм» охоплює комплекс заходів, спрямованих на збереження, популяризацію та туристичне використання історико-архітектурних пам'яток оборонного зодчества. Сучасне розуміння поняття також включає інтерактивні формати - історичні реконструкції, тематичні фестивалі, квести, VR-тури, що дозволяють «оживити» старовинні об'єкти. Замковий туризм виконує важливі функції: культурно-освітню, наукову, виховну, рекреаційну й економічну, адже сприяє розвитку місцевих громад, залучає інвестиції, формує туристичні маршрути та підтримує ремесла.

В українському контексті замковий туризм має надзвичайний потенціал завдяки великій кількості історичних споруд - від Кам'янця-Подільського та Хотина до Олеського і Мукачівського замків. Проте розвиток цього напрямку вимагає системного підходу: удосконалення інфраструктури, збереження архітектурної автентичності, цифрової інтерпретації пам'яток та формування брендів туристичних маршрутів. Таким чином, замковий туризм є не лише подорожжю у минуле, а й способом осмислення культурної ідентичності,

формування історичної пам'яті та відродження туристичного потенціалу територій.

2. Класифікація фортифікаційних об'єктів: за типом, матеріалом, історичною епохою та функціями

Класифікація фортифікаційних об'єктів у замковому туризмі є важливою основою для систематизації пам'яток, їх вивчення, охорони та туристичної інтерпретації. Замки, фортеці, цитаделі, бастіони, оборонні вежі та укріплені монастирі різняться не лише за архітектурною формою, а й за історичними обставинами їх створення, матеріалами, функціональним призначенням і географічним розташуванням.

За типом розрізняють замки (житлово-оборонні споруди феодалів), фортеці (великі військові укріплення стратегічного значення), дитинці (центральні укріплені частини стародавніх міст), бастіонні системи (укріплення з геометричними формами для артилерійського захисту) та оборонні монастирі.

За матеріалом будівництва виділяють дерев'яно-земляні, кам'яні, цегляні та змішані конструкції. Ранні замки (XI-XIII ст.) будувалися з дерева і ґрунту, тоді як у пізньому середньовіччі домінували кам'яні споруди, здатні витримувати артилерійські обстріли.

За історичною епохою фортифікації поділяють на античні, середньовічні, ренесансні, барокові та модерні, кожна з яких відображає розвиток військової інженерії та архітектурної естетики своєї доби.

За функціями розрізняють військові (оборонні), адміністративно-житлові, резиденційні, торговельно-стратегічні й культові споруди. Багато замків виконували змішану роль - одночасно були укріпленими осередками влади, місцями проживання аристократії та пунктами контролю над шляхами.

Класифікація фортифікаційних пам'яток є необхідною також для організації туристичних маршрутів і створення тематичних кластерів: «замки Волині», «фортеці Поділля», «оборонні монастирі Галичини» тощо. Такий підхід дозволяє формувати диференційовані туристичні продукти відповідно до історико-культурних особливостей регіонів. Ретельна класифікація сприяє збереженню спадщини, формує базу для реставраційних проєктів і створює умови для

розвитку наукового та культурно-пізнавального туризму, забезпечуючи баланс між автентичністю, привабливістю й функціональним використанням замкових об'єктів у сучасному туризмі.

Питання для дискусії

1. Які ключові критерії дозволяють чітко розмежувати поняття "замок", "фортеця" та "оборонний монастир" з точки зору туристичного використання та профілю?
2. Наскільки доцільною є уніфікація термінології фортифікаційних об'єктів в Україні? Чи може регіональна специфіка (наприклад, кримські чи подільські фортеці) вимагати окремих термінологічних підходів?
3. Чи слід розглядати руїни замків (об'єкти з низьким ступенем збереженості) як повноцінний туристичний ресурс? Які інноваційні методи можуть перетворити руїни на привабливий туристичний продукт?
4. Обговоріть переваги та недоліки класифікації замків за функціональним призначенням (резиденція, прикордонна фортеця, в'язниця) для потреб туристичного маркетингу.
5. Як сучасні технології (3D-реконструкція, AR/VR) можуть вплинути на традиційну термінологію (наприклад, поява "віртуальної фортифікаційної споруди")?
6. Які етичні дилеми виникають при музеєфікації та туристичному використанні фортифікаційних об'єктів, які були місцями трагічних історичних подій?
7. Чи може Замковий туризм виступати як самостійний вид туризму, чи він є лише складовою частиною культурно-пізнавального або історичного туризму?

Практичні завдання та Кейс-стаді

Практичне завдання 1.

Оберіть два відомі об'єкти (наприклад, Хотинська фортеця та Підгорецький замок).

1. Здійсніть класифікацію кожного об'єкта за трьома різними критеріями: а) ступінь збереженості; б) функціональне призначення; в) архітектурний стиль.
2. На основі класифікації визначте, який об'єкт має більший потенціал для готельного/ресторанного бізнесу і чому.

Практичне завдання 2.

Складіть міні-глосарій (5 термінів), необхідний для роботи гіда по фортифікаційних спорудах, що включає:

- Один загальний термін (наприклад, "Куртина")
- Один термін, пов'язаний з архітектурою (наприклад, "Машикулі")
- Один термін, пов'язаний з оборонною функцією (наприклад, "Барбакан")

Для кожного терміну подайте чітке визначення та синонім/пояснення його туристичної значущості.

Кейс-стаді.

Ситуація: Сидорівський замок (руїни) на Тернопільщині має високу історичну цінність, але низьку туристичну відвідуваність через свою зруйнованість (низький ступінь збереженості). Місцева громада хоче включити його до міжрегіонального туристичного маршруту.

Завдання: Розробити стратегію позиціонування та маркетинговий слоган, що перетворить проблему руїн на туристичну перевагу.

Кроки:

1. Визначте ключову туристичну сутність цього об'єкта (наприклад, "місце сили", "романтика руїн", "свідок епох").
2. Запропонуйте два нові продукти/заходи, які використовують фактор руїн як атракцію (наприклад, фототури, реконструкція облоги з VR).
3. Сформулюйте новий маркетинговий слоган.

Питання для самостійної роботи

1. Розкрийте поняття "Замковий туризм" та його місце в системі культурно-пізнавального туризму.
2. Визначте основні чинники (історичні, географічні, економічні), що впливають на формування замкових туристичних ресурсів регіону.

3. Проаналізуйте типологію фортифікаційних об'єктів за ступенем збереженості (руїни, частково збережені, реставровані).
4. Розкрийте зміст термінів: "Донжон", "Рів", "Цитадель", "Вали".
5. Дослідіть європейський досвід класифікації фортифікаційних об'єктів та його застосовність до українських реалій.
6. Опишіть, як архітектурний стиль (готика, ренесанс, бароко) фортифікаційної споруди впливає на її туристичну привабливість.
7. Проаналізуйте роль музеєфікації у збереженні та туристичному використанні замкових комплексів.
8. Дослідіть географічні особливості поширення фортифікаційних споруд у Подільському або Західноукраїнському регіоні.
9. Опишіть специфіку туристичного використання оборонних храмів/монастирів як окремого типу фортифікаційної спадщини.
10. Розкрийте поняття "фортифікаційний туризм" та його відмінність від вужчого поняття "замковий туризм".

ТЕМА 2

ТИПОЛОГІЯ ОБОРОННИХ СПОРУД ТА ЇХ ІСТОРИЧНА ЕВОЛЮЦІЯ

1. Розвиток замкових споруд від дерев'яних укріплень раннього Середньовіччя до кам'яних фортець і бастионних систем

Розвиток замкових споруд - це багатовіковий процес, який відображає зміни у військовій справі, суспільному устрої та технічних можливостях людства. У ранньому Середньовіччі замки будувалися переважно з дерева та землі, адже ці матеріали були доступними, легкими в обробці й дозволяли швидко зводити укріплення. Такі споруди - дитинці, городища, сторожові вежі - мали вал, рів і частокіл, що ефективно захищали поселення від нападів. Проте дерев'яні конструкції були вразливими до пожеж і часу, тому з розвитком державності й збільшенням загроз почали будувати більш міцні кам'яні замки.

Кам'яні фортеці XII-XIV століть стали справжнім проривом у фортифікаційному мистецтві. Вони мали товсті стіни, високі вежі, підйомні

мости та глибокі рови. Архітектура таких споруд поєднувала оборонну функцію з резиденційною - замки служили осередками влади феодалів, місцем зберігання скарбів і культурних цінностей. У Європі цей період ознаменувався будівництвом замків у стилі романської та готичної архітектури - монументальних, суворих, але естетично досконалих споруд.

У XV-XVI століттях розвиток артилерії змінив принципи оборони. Високі стіни втратили своє значення, адже їх легко руйнували гармати. Це призвело до появи бастіонних систем - нової форми фортець, де головну роль відігравали не висота, а товщина й форма укріплень. Фортеці набували зіркоподібного планування, що дозволяло вести кругову оборону. З'явилися бастіони, равеліни, куртини - елементи, які забезпечували стратегічну перевагу під час бою.

На українських землях розвиток замкової архітектури мав власні етапи. Від дерев'яно-земляних укріплень Київської Русі поступово перейшли до кам'яних замків Галицько-Волинського князівства, а згодом - до ренесансних фортець Речі Посполитої (Кам'янець-Подільський, Острозький, Хотинський замки). У XVII-XVIII століттях в Україні поширюється бастіонна архітектура, що поєднувала європейські інженерні принципи з місцевими традиціями.

Таким чином, еволюція замкових споруд - це відображення переходу від простої оборони до складних інженерних систем. Від дерев'яного частоколу до могутніх бастіонів - шлях, який символізує розвиток військової думки, архітектури та державності. Сьогодні ці пам'ятки є не лише свідченням минулого, а й важливими туристичними ресурсами, що демонструють геніальність давніх будівничих.

2. Еволюція архітектури пов'язана зі змінами військових технологій та функцій укріплень

Архітектурна еволюція замків і фортець тісно пов'язана зі змінами у військовій справі, політиці та соціальних потребах суспільства. Від початку свого існування укріплення будувалися як засіб захисту від ворогів, проте з часом вони перетворилися на складні комплекси, що поєднували оборонні, адміністративні та житлові функції. Кожен етап розвитку фортифікаційної

архітектури відображав рівень розвитку військових технологій - від холодної зброї до артилерії.

У ранньому Середньовіччі, коли основою бою була піхота та лучники, оборонні споруди будувалися з високими стінами, вузькими воротами та вежами для спостереження. Однак із появою металевих машин - требушетів і баліст - архітектура замків змінюється: з'являються більш товсті мури, підйомні мости, кілька рівнів оборони. В епоху Ренесансу, коли гармати почали визначати результат битв, архітектори винайшли бастіонну систему, що враховувала кут обстрілу та зменшувала ризик руйнування від гарматних ядер.

Поступово замки втратили суто оборонне значення. У XVII-XVIII століттях вони почали виконувати представницьку функцію - ставали резиденціями монархів і аристократів, перетворюючись на палацово-паркові комплекси.

Архітектура зміщувала акценти з оборони на естетику, комфорт і символіку влади. Фортеці ж перетворювалися на гарнізонні центри та укріплені міста. Еволюція архітектури замків також демонструє вплив геополітичних факторів.

У різних регіонах форми укріплень відрізнялися залежно від природних умов і типу загроз. У Карпатах і на Поділлі замки будувалися на пагорбах і скелях, використовуючи природний рельєф, тоді як у степових регіонах переважали бастіонні фортеці з потужними земляними валами.

Зміна військових технологій сприяла розвитку інженерної науки: архітектори й військові інженери (наприклад, Вобан у Франції) створювали універсальні системи оборони, які стали зразком для багатьох європейських держав. На українських землях ці ідеї втілювалися у фортецях Кам'янець-Подільського, Хотина, Бережан, Збаража.

Таким чином, розвиток військових технологій визначав напрями архітектурного мислення. Замки з оборонних споруд перетворилися на культурно-історичні пам'ятки, що відображають синтез військової науки, мистецтва й політичної влади. Їхня еволюція - це історія про те, як прагнення до безпеки і могутності породжувало нові архітектурні ідеї, що згодом стали частиною європейської культурної спадщини.

Питання для дискусії

1. Як винахід пороху та розвиток артилерії вплинув на еволюцію оборонних споруд, призвівши до переходу від високих замків до низьких бастіонних систем?
2. Чи можна стверджувати, що географічне розташування (рівнина, гора, берег річки) було більш визначальним фактором у типології замків, ніж панівна архітектурна мода певного періоду?
3. Наскільки доцільною є реконструкція оборонних споруд до їхнього "ідеального" вигляду, і як це впливає на їхнє сприйняття як об'єкта історичної еволюції?
3. Які типологічні ознаки є найбільш важливими для туристичного маркетингу: архітектурна краса, ступінь збереженості чи історична унікальність?
4. Як слід класифікувати та інтерпретувати в екскурсійній діяльності міські фортифікації (оборонні мури, брами) порівняно з ізольованими замками?
5. Обговоріть роль економічного фактору у типології: як достаток замовника впливав на вибір між кам'яною цитаделлю та дерев'яно-земляними укріпленнями?
6. Які інноваційні фортифікаційні рішення українських замків (наприклад, система захисту вогневою точкою) заслуговують на особливу увагу в контексті європейської військової архітектури?

Практичні завдання та Кейс-стаді

Практичне завдання 1.

Проведіть порівняльний аналіз двох оборонних споруд з різних історичних періодів:

Об'єкт А: Високий середньовічний замок (наприклад, Ужгородський замок).

Об'єкт Б: Бастіонна фортеця (наприклад, Кам'янець-Подільська фортеця або частина Львівського Цитаделі).

Визначте дві ключові відмінності у їхній оборонній функції та дві ключові відмінності у їхньому туристичному потенціалі, що впливають з їхньої типології та еволюції.

Практичне завдання 2.

Оберіть три специфічні фортифікаційні терміни (наприклад, барбакан, машикулі, каземат).

1. Сформулюйте наукове визначення кожного терміна.
2. Розробіть туристично-дружнє пояснення (метафору, порівняння чи функціональний опис), яке гід міг би використати для швидкого розуміння невідповідним відвідувачем.

Кейс-стаді.

Ситуація: Під час археологічних розкопок біля міста виявлено залишки середньовічного городища (вал, рів, сліди дерев'яних конструкцій), яке, згідно з історичними джерелами, було зруйноване під час татарської навали. Ступінь збереженості низький, але це єдиний об'єкт такого типу в регіоні.

Завдання: Розробити концепцію музеєфікації та туристичного продукту, що базується на історичній еволюції фортифікації. Кроки:

1. Запропонуйте, як можна візуально відновити вигляд укріплення для туриста, використовуючи інноваційні технології (наприклад, AR/3D-реконструкція).
2. Визначте, до якого типологічного класу (за функцією та конструкцією) ви віднесете цей об'єкт і як це буде подано у туристичному наративі.
3. Сформулюйте туристичний слоган, що підкреслює його історичну еволюцію ("Від валу до муру").

Питання для самостійної роботи

1. Розкрийте зміст еволюції фортифікаційних споруд від древніх городищ до середньовічних замків.
2. Проаналізуйте типологію замків за конструктивними ознаками (наприклад, замок-цитадель, замок-кастель, концентричний замок).
3. Опишіть ключові характеристики та історичну необхідність появи бастионних систем у XVI–XVII століттях.
4. Дослідіть роль та типологію веж (донжон, надбрамна вежа) у середньовічній фортифікаційній архітектурі.
5. Визначте та опишіть типологічні особливості оборонних споруд Козацької доби (січі, паланки, укріплені монастирі).

6. Проаналізуйте, як доступність води (річки, ставки, рови) впливала на інженерну типологію оборонних споруд.
7. Опишіть процес музеєфікації та консервації фортифікаційних руїн з точки зору збереження історичної еволюції.
8. Дослідіть, як архітектурна мода (наприклад, ренесанс, бароко) впливала на декоративні елементи фортифікаційних споруд, не змінюючи їхньої основної оборонної типології.
9. Розкрийте поняття "лінія укріплень" та її роль у військовому захисті цілого регіону (наприклад, "вали Траяна").
10. Порівняйте типологію східноєвропейських (українських) та західноєвропейських замків. Які основні відмінності?

ТЕМА 3

РЕСУРСИ ЗАМКОВОГО ТУРИЗМУ. ЗАМКОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ

1. Ресурси: історико-культурні, архітектурні, природні, соціально-економічні.

Ресурси замкового туризму є багатогранним комплексом, який поєднує історичну, культурну, архітектурну, природну та соціально-економічну складові.

Замки - це не лише архітектурні споруди, а й важливі історичні свідчення, що відображають політичний, військовий і культурний розвиток держав. Їхнє вивчення, збереження та популяризація формують унікальну основу для розвитку туристичної галузі.

Історико-культурні ресурси охоплюють багатовікову спадщину, легенди, події та постаті, пов'язані із замками. Вони становлять основу туристичного інтересу, адже кожен замок має власну історію, що поєднує реальні факти та міфологічні оповіді, створюючи привабливий образ для мандрівників.

Архітектурні ресурси формують другий важливий пласт замкового туризму. Вони представлені унікальними фортифікаційними формами, стилями та планувальними рішеннями, що відображають епоху, у якій споруджено замок. Готичні, ренесансні, барокові, бастіонні споруди демонструють високий рівень

інженерної думки та художнього смаку. Кожен регіон має свою архітектурну специфіку: наприклад, замки Галичини та Поділля - масивні, кам'яні, з елементами оборони, тоді як палацові комплекси на Волині й Закарпатті вирізняються витонченістю та європейським стилем.

Природні ресурси відіграють не менш важливу роль у розвитку замкового туризму. Багато замків розташовані у мальовничих місцевостях - на скелях, над річками, серед лісів і гір. Такі ландшафти створюють емоційну привабливість і сприяють поєднанню історичного туризму з екотуризмом, фототуризмом чи активними видами відпочинку. Наприклад, Карпатські замки, розташовані серед гір, або Кам'янець-Подільська фортеця, що стоїть над каньйоном Смотрича, вражають своєю гармонією з природним середовищем.

Соціально-економічні ресурси полягають у можливості розвитку інфраструктури, створення робочих місць, активізації місцевого бізнесу - готелів, ресторанів, сувенірних майстерень, транспортних послуг. Замковий туризм може стати потужним чинником сталого розвитку регіонів, стимулюючи місцеву економіку та формуючи позитивний імідж території.

Отже, ресурси замкового туризму мають величезний потенціал, який потребує комплексного використання. Їх ефективне залучення в туристичну діяльність дозволяє не лише зберегти історичну спадщину, а й перетворити її на джерело економічного зростання, культурного розвитку та міжнародного визнання України як країни з багатою замковою культурою.

2.Проблеми: руйнація, недостатня інфраструктура, нестача фінансування

Попри значний потенціал, замковий туризм в Україні стикається з низкою серйозних проблем, які стримують його розвиток. Найактуальнішою є *руйнація замкових споруд*, зумовлена природними процесами, відсутністю належного догляду, а іноді - людським фактором. Багато замків стоять у занедбаному стані: від них залишилися лише фрагменти стін або фундаменти. Особливо це стосується менших замків у сільських регіонах, які не мають статусу пам'яток національного значення. Відсутність реставраційних робіт призводить до поступової втрати унікальної історико-архітектурної спадщини.

Другою проблемою є *недостатня туристична інфраструктура*. Часто навколо замків бракує зручних доріг, парковок, готелів, закладів харчування, туристичних центрів чи інформаційних стендів. Через це відвідування навіть найвідоміших об'єктів може бути ускладненим. Для туриста важливе не лише враження від замку, а й комфорт у процесі подорожі. Відсутність сервісу знижує конкурентоспроможність українських маршрутів порівняно з європейськими аналогами.

Третій аспект - *нестача фінансування*. Державна підтримка реставраційних і туристичних програм обмежена, а залучення приватного капіталу у сферу культурної спадщини є недостатнім. Багато проєктів існують лише завдяки ентузіазму місцевих громад або волонтерів. У результаті замки залишаються недослідженими, не мають інтерактивних експозицій, інформаційного супроводу чи цифрової промоції.

Ще однією проблемою є *низький рівень промоції*. Українські замки мають великий туристичний потенціал, але часто залишаються невідомими широкому загалу. Відсутність якісних маркетингових кампаній, туристичних брендів і digital-просування ускладнює формування привабливого іміджу України як країни замків.

Водночас важливою проблемою є недостатня інтеграція замкових об'єктів у сучасну культурну індустрію. Багато з них не використовуються як місця для проведення фестивалів, виставок, історичних реконструкцій, що могло б забезпечити їх фінансову підтримку.

Отже, головними викликами замкового туризму є збереження матеріальної спадщини, розвиток інфраструктури та пошук стабільних джерел фінансування. Подолання цих проблем потребує узгодженої державної політики, партнерства з приватним сектором і залучення громадськості. Тільки комплексний підхід дозволить перетворити замки України з об'єктів минулого на активні центри культурного і туристичного життя, здатні приносити економічну користь і формувати національну гордість.

Питання для дискусії

1. Як ступінь збереженості замкового об'єкта (руїни vs. відреставрований замок) впливає на його ресурсну цінність та маркетингове позиціонування? Чи завжди "краще збережений" означає "більш привабливий"?
2. Обговоріть конфлікт інтересів між туристичним використанням замкових ресурсів (проведення фестивалів, реконструкцій) та їхньою науковою/консерваційною цінністю. Як знайти оптимальний баланс?
3. Які нематеріальні ресурси (легенди, історичні особистості, події, пов'язані з замком) є найбільш ефективними для створення унікального туристичного продукту та залучення туристів?
4. Наскільки важливими для замкового туризму є супутні ресурси (природний ландшафт, інфраструктура, гастрономія)? Чи може замок-руїна з чудовою інфраструктурою бути більш популярним, ніж добре збережений, але ізольований об'єкт?
5. Яким чином правовий статус замку (державний заповідник, приватна власність, комунальний музей) впливає на доступність його ресурсів для туристичного використання та інвестицій?
6. Чи має Україна орієнтуватися на міжнародний досвід комерційного використання замкових ресурсів (готелі, ресторани), чи це суперечить нашим принципам збереження національної спадщини?
7. Які типи туристичних ресурсів можуть бути створені штучно на базі замкових комплексів (наприклад, інтерактивні експозиції, тематичні парки) і як це впливає на автентичність?

Практичні завдання та Кейс-стаді

Практичне завдання 1.

Оберіть один відомий український замок (наприклад, Олеський, Меджибізький чи Паланок).

1. Складіть перелік його ключових туристичних ресурсів, розділивши їх на матеріальні (архітектура, колекції) та нематеріальні (історії, події).
2. Проведіть експертну оцінку (за 5-бальною шкалою) потенціалу кожного ресурсу для залучення міжнародного туриста.

Практичне завдання 2:

Оберіть будь-який об'єкт замкового туризму у вашому регіоні. Припустіть, що він має цікаву, але маловідому історичну подію (наприклад, там нібито переховували королівську реліквію).

1. Розробіть туристичну легенду (коротку, емоційну історію), що підкреслює цю подію та його ресурсну цінність.
2. Визначте, який туристичний продукт (наприклад, нічна екскурсія, квест) можна створити на основі цієї легенди.

Кейс-стаді.

Ситуація: Замок Х був пограбований у XVIII столітті. Оригінальні інтер'єри та більшість колекцій були втрачені. Замок добре збережений зовні, але всередині - порожні стіни. Туристичний потік падає через скарги на "відсутність експонатів".

Завдання: Використати інноваційні ресурси для відновлення туристичної привабливості.

Кроки:

1. Запропонуйте два нефізичні (віртуальні/цифрові) ресурси, які можна створити, щоб "наповнити" замок історією (наприклад, VR-реконструкція інтер'єрів, голографічний гід).
2. Визначте один супутній ресурс (наприклад, майстер-клас середньовічних ремесел), який можна інтегрувати для підвищення середнього чека.
3. Сформулюйте нове позиціонування ("Замок - портал у XVIII століття").

Питання для самостійної роботи

1. Розкрийте зміст поняття "туристичний ресурс замку" та його відмінність від "історико-культурної спадщини".
2. Охарактеризуйте класифікацію ресурсів замкового туризму за їхнім походженням (природні, історичні, культурні).
3. Проаналізуйте роль музейних фондів та колекцій, що зберігаються в замках, як ключового туристичного ресурсу.
4. Дослідіть, як інженерно-технічні ресурси (мости, підземні ходи, криниці) впливають на унікальність замку як туристичного об'єкта.

5. Опишіть методику туристичної оцінки замкових ресурсів (якісні та кількісні показники).
6. Проаналізуйте, як доступність транспортної інфраструктури (автошляхи, залізниця) впливає на реалізацію ресурсного потенціалу замку.
7. Дослідіть, які архітектурні елементи замку (бастіони, вежі, брами) мають найбільшу туристичну цінність і чому.
8. Розкрийте роль кадрових ресурсів (кваліфікація гідів, аніматорів) у перетворенні фізичного замку на туристичний продукт.
9. Проаналізуйте проблеми деградації та руйнування замкових ресурсів в Україні та шляхи їх мінімізації.
10. Опишіть значення архівних та історичних документів як інформаційного ресурсу для створення екскурсійного наративу.

ТЕМА 4

СВІТОВІ ЗАМКОВІ ДЕСТИНАЦІЇ

1. Популярні країни: Франція, Німеччина, Велика Британія, Польща, Японія

Замковий туризм є одним із найпопулярніших напрямів культурно-пізнавального туризму у світі, і саме Франція, Німеччина, Велика Британія, Польща та Японія виступають провідними країнами у розвитку цього виду подорожей. Франція відома своїми вражаючими палацами й замками Луари, серед яких особливо виділяються Шамбор, Шенонсо та Амбуаз - справжні шедеври ренесансної архітектури. Німеччина приваблює туристів романтичними середньовічними фортецями, серед яких найвідомішим є Нойшванштайн - символ європейської мрії про казковий замок. У Великій Британії замки мають не лише історичне, а й символічне значення, адже багато з них і сьогодні залишаються резиденціями монархів або використовуються для офіційних заходів. Лондонський Тауер, Віндзорський замок і Единбурзький замок - приклади архітектурної величі та збереження традицій британської державності.

У Польщі замковий туризм має регіональний характер: туристи активно відвідують Королівський замок у Варшаві, Вавель у Кракові, Мальборк - найбільший цегляний замок Європи. У Японії ж середньовічні замки, такі як

Хімеджі, Нагоя та Кумамото, поєднують архітектурну гармонію, духовну символіку та природну красу. Ці країни демонструють, що замки - це не лише історичні споруди, а й активні туристичні осередки, які формують культурну ідентичність та приносять значні економічні прибутки. Вони створюють привабливі туристичні образи, сприяють розвитку готельного бізнесу, гастрономії, ремесел та креативних індустрій.

2. Світовий досвід показує ефективне поєднання збереження спадщини, інфраструктури та маркетингу

Досвід провідних країн у сфері замкового туризму свідчить, що ефективне функціонування таких об'єктів можливе лише за умови гармонійного поєднання трьох компонентів: збереження культурної спадщини, розвитку сучасної туристичної інфраструктури та впровадження якісного маркетингу. У Європі значна увага приділяється реставраційним програмам, що фінансуються як державою, так і приватними інвесторами. Наприклад, у Франції діють національні програми з охорони історичних пам'яток, які дозволяють адаптувати замки під готелі, музеї чи культурні центри без втрати їхньої автентичності.

Водночас розвивається інфраструктура: покращуються дороги, створюються туристичні центри, онлайн-платформи для бронювання турів та 3D-візуалізації замків. Маркетинговий аспект також відіграє визначальну роль. Світові замкові дестинації активно використовують брендинг і сторітелінг - кожен замок має власну «легенду», що приваблює туристів. У Німеччині, наприклад, замки Баварії формують єдиний туристичний бренд «Романтична дорога». В Японії популяризація замків здійснюється через культурні фестивалі, історичні реконструкції та аніме-туризм. Успіх замкового туризму полягає у балансі між збереженням історичної автентичності та створенням комфортних умов для відвідувачів.

Світовий досвід підтверджує, що інвестиції у спадщину не лише зберігають історичні об'єкти, а й забезпечують сталий розвиток регіонів, створюючи робочі місця та підвищуючи туристичну привабливість територій.

3. Важлива роль туристичних маршрутів і фестивалів

Туристичні маршрути та фестивалі відіграють ключову роль у формуванні замкових DESTINAЦІЙ і сприяють популяризації культурної спадщини серед широкої аудиторії. У багатьох країнах світу замкові маршрути об'єднують історичні пам'ятки у тематичні туристичні шляхи. Наприклад, у Франції створено відомий маршрут «Дорога замків Луари», який охоплює понад 40 архітектурних пам'яток і є однією з найпопулярніших екскурсійних програм Європи. У Німеччині функціонує «Дорога романтичних замків», що з'єднує історичні міста, середньовічні фортеці та мальовничі ландшафти Баварії. У Польщі туристів-приваблює «Шлях орлиних гнізд» - маршрут, який проходить через давні оборонні споруди на Скельному Підгір'ї.

Фестивалі, що проводяться на території замків, сприяють їхній популяризації, створюють емоційний зв'язок між туристом і культурним простором. Це можуть бути історичні реконструкції, рицарські турніри, музичні вечори, гастрономічні свята, театралізовані дійства чи виставки ремесел. Наприклад, у Великій Британії відомий фестиваль «Warwick Castle Nights», у Чехії - середньовічний фестиваль у замку Карлштейн, а в Японії - весняні свята сакури на території замків. Такі події не лише залучають відвідувачів, а й створюють постійний потік туристів у міжсезоння.

Організація тематичних маршрутів і фестивалів підвищує економічну ефективність замкових DESTINAЦІЙ, стимулює розвиток готельно-ресторанного бізнесу, сувенірного виробництва та локальних брендів. Отже, інтеграція культурних подій і туристичних маршрутів перетворює замкові комплекси на динамічні центри культурного життя, які поєднують історію, мистецтво та сучасний туризм.

Питання для дискусії

1. Порівняйте стратегії брендингу та маркетингу замкових DESTINAЦІЙ у Німеччині (Замки Баварії) та Франції (Замки Луари). Яка з цих моделей є більш адаптивною для України?
2. Наскільки важливим фактором успіху світової замкової DESTINAЦІЇ є об'єднання об'єктів у "туристичний маршрут" (наприклад, "Шлях замків") порівняно з просуванням кожного замку окремо?

3. Обговоріть економічну модель використання замків у Великій Британії (частина маєтків, що досі належать аристократії та функціонують як житло) порівняно з державними музеями-заповідниками.
4. Яку роль відіграє кіноіндустрія та поп-культура у створенні світових замкових DESTИНАЦІЙ (наприклад, замок Нойшванштайн, Альгамбра)? Чи можна застосувати цей досвід для просування українських замків?
5. Чи можуть замкові DESTИНАЦІЇ Східної Європи (Польща, Чехія, Угорщина) конкурувати з визнаними "гігантами" Західної Європи? Які унікальні переваги мають східноєвропейські замки?
6. Як світові замкові DESTИНАЦІЇ управляють проблемою "надмірного туризму" (overtourism) і які заходи (ціноутворення, розподіл потоків) застосовуються для захисту історичної спадщини?
7. Які інноваційні форми туристичного використання (готелі, ресторани, іммерсивні шоу) у світових DESTИНАЦІЯХ є найбільш успішними та водночас етичними до історичного об'єкта?

Практичні завдання та Кейс-стаді

Практичне завдання 1.

Оберіть одну світову замкову DESTИНАЦІЮ (наприклад, замок Ейлен-Донан у Шотландії).

1. Визначте цільову аудиторію цієї DESTИНАЦІЇ.
2. Складіть перелік трьох ключових елементів, які формують її Унікальну Торгову Пропозицію (УТП) (наприклад, "романтика руїн", "асоціація з кіно", "незайманий ландшафт").
3. Запропонуйте, як український аналог (наприклад, Тустань) може використати подібні елементи у своєму маркетингу.

Практичне завдання 2.

Ви – фахівець з міжнародного туризму. Вам потрібно розробити концепцію тижневого туру "Кращі фортеці Центральної Європи".

1. Оберіть три замки/фортеці з різних країн (наприклад, Чехія, Польща, Словаччина).

2. Сформулюйте головний навчальний/емоційний меседж туру, який би об'єднав ці об'єкти (наприклад, "Середньовічні кордони Європи").
3. Визначте, який додатковий супутній ресурс (гастрономія, фольклор) буде інтегровано, щоб підвищити привабливість туру.

Кейс-стаді."

Ситуація: Замок Бран ("Замок Дракули") у Румунії є однією з найвідоміших замкових DESTINAЦІЙ світу, хоча його прямий зв'язок з історичним Владом Цепешем мінімальний. Його успіх базується на грамотному маркетингу легенди.

Завдання: Розробити схожу стратегію для українського замку, який має цікаву, але недостатньо розкручену легенду (наприклад, про привид, скарби, таємні підземелля).

Кроки:

1. Оберіть один український замок та його легенду.
2. Створіть два нові, комерційно привабливі продукти на основі цієї легенди (наприклад, квест-кімната, нічне шоу, тематичний сувенір).
3. Запропонуйте ключовий меседж для міжнародного ринку, що експлуатує цю легенду.

Питання для самостійної роботи

1. Проаналізуйте типологію світових замкових DESTINAЦІЙ за географічним принципом (наприклад, німецькі, британські, східноєвропейські).
2. Розкрийте роль ЮНЕСКО та інших міжнародних організацій у збереженні та просуванні світових замкових DESTINAЦІЙ.
3. Дослідіть досвід Іспанії (Альгамбра, парадори) у використанні замків для розвитку готельно-ресторанного бізнесу.
4. Проаналізуйте, як доступність та якість інфраструктури (автошляхи, громадський транспорт) сприяють успіху Замків Луари як кластера.
5. Опишіть систему управління персоналом та навчання гідів у світових замкових DESTINAЦІЯХ.

6. Дослідіть, які найбільш інноваційні технології (VR, AR, голограми) використовуються у провідних світових замках (наприклад, у Німеччині чи Австрії).
7. Проаналізуйте маркетингові інструменти (вебсайт, соціальні мережі, міжнародні виставки), які використовують провідні замкові DESTИНАЦІЇ.
8. Опишіть, як світові DESTИНАЦІЇ поєднують масовий туризм із науковою діяльністю та консервацією об'єктів.
9. Дослідіть роль приватного капіталу та благодійних фондів у фінансуванні провідних замкових комплексів світу.
10. Порівняйте туристичний продукт найбільш відвідуваних замків Польщі та України. Які ключові відмінності?

ТЕМА 5.

КОМПЛЕКСНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ЗАМКОВОГО ТУРИЗМУ

1. Поняття та структура туристичного продукту у сфері замкового туризму.

Туристичний продукт у замковому туризмі - це комплекс послуг, вражень і культурно-історичних елементів, які формують цілісне сприйняття подорожі до замкових об'єктів. Він включає не лише відвідування архітектурної пам'ятки, а й забезпечення повного циклу туристичного обслуговування - від транспортної логістики до культурного супроводу.

У структурі туристичного продукту виділяють основні та додаткові компоненти. Основні охоплюють екскурсійне відвідування, їда, транспорт, проживання, харчування, а додаткові - тематичні фестивалі, сувенірну продукцію, фотосесії, інтерактивні заходи, нічні шоу чи театралізовані програми.

У сучасному туризмі важливо не просто демонструвати об'єкт, а створювати емоційний досвід і культурну історію, у якій турист стає активним учасником подій. Саме тому структура замкового продукту формується на принципах автентичності, комфорту та інтерактивності. Добре розроблений туристичний

продукт дозволяє збалансувати історико-культурну складову з потребами сучасного споживача, сприяючи сталому розвитку дестинації.

2.Основні складові туристичного продукту: послуги, транспорт, екскурсійне обслуговування, події, проживання

Кожен елемент туристичного продукту відіграє особливу роль у створенні комплексного враження. Послуги - це базис, який визначає рівень комфорту та якість перебування туриста. Транспорт забезпечує мобільність і доступність об'єктів, особливо коли маршрут охоплює кілька замків. Екскурсійне обслуговування формує змістовну частину туру: завдяки гіді відвідувач отримує не лише інформацію, а й емоційне занурення в атмосферу епохи. Події (фестивалі, реконструкції, театралізовані дійства) створюють додану вартість продукту, залучаючи аудиторію через культурні емоції. Проживання є не просто технічним елементом, а частиною враження - деякі туроператори пропонують ночівлю в замках, що підсилює унікальність туру. Таким чином, кожна складова є взаємопов'язаною ланкою системи, яка формує цілісний досвід туриста, від моменту прибуття до післятуристичних вражень.

3.Розроблення тематичних маршрутів і програм відвідування замкових об'єктів

Тематичний маршрут є основою структури замкового туру. Його створення передбачає вибір об'єктів, розроблення логістики, визначення тривалості, черговості відвідувань і змісту екскурсій. При цьому важливо враховувати історичну спільність замків, їхній архітектурний стиль, функціональну доступність і туристичну інфраструктуру.

Тематичні програми можуть бути побудовані за напрямками - "Готичні замки Поділля", "Фортеці Західної України", "Замки любові та легенд" або "Скарби середньовічної Європи". Ефективна програма має поєднувати пізнавальний, розважальний і культурний аспекти, пропонуючи туристу не лише спостереження, а й участь - дегустації, фотозони, інтерактивні ігри, майстер-класи. Комплексні маршрути дозволяють створити системну пропозицію на ринку, що забезпечує стійкий попит і повторні візити.

4. Приклади комплексних замкових турів в Україні та світі

В Україні популярними є тури “Замки Львівщини”, “Фортеці Поділля”, “Замковий шлях Закарпаття”. Вони об’єднують найвизначніші пам’ятки - Олеський, Підгорецький, Золочівський замки, Кам’янець-Подільську фортецю, Мукачівський замок “Паланок”.

У світі відомі маршрути “Замки Луари” (Франція), “Романтична дорога” (Німеччина), “Шлях орлиних гнізд” (Польща). Вони включають поєднання екскурсій, готельного розміщення в історичних будівлях, гастрономічних подій, культурних шоу. Такі тури демонструють приклад комплексного підходу, де кожен елемент підсилює інший, створюючи неповторний туристичний продукт.

Питання для дискусії

1. У чому полягає ключова відмінність між основним продуктом (відвідування замку) та допоміжними послугами (готель, ресторан, анімація) у формуванні комплексного туристичного продукту? Що є більш критичним для залучення туриста?
2. Як впливає рівень інтеграції послуг (єдиний квиток, пакет "все включено") на сприйняття цінності комплексного продукту туристом? Чи варто музеям відмовлятися від окремого продажу послуг?
3. Чи є автентичність (історична достовірність) обов'язковою умовою для всіх елементів комплексного продукту (наприклад, для кухні чи анімаційних шоу), чи можна поєднувати її з сучасною адаптацією?
4. Обговоріть роль місцевої громади та малого бізнесу у створенні комплексного замкового продукту. Як забезпечити їхню залученість без зниження стандартів якості?
5. Як музеям-замкам ефективно управляти сезонними коливаннями попиту через комплексний продукт? Які елементи продукту (наприклад, фестивалі, зимові ярмарки) допомагають вирівняти туристичний потік?
6. Які етичні обмеження повинні враховуватися при впровадженні готельних та гастрономічних послуг безпосередньо в історичних приміщеннях замку?

7. Які інструменти дистрибуції (продажу) є найбільш ефективними для комплексного замкового продукту: прямий продаж, туроператори, онлайн-агрегатори?

Практичні завдання та Кейс-стаді

Практичне завдання 1.

Оберіть один відомий український замок (наприклад, Золочівський).

1. Розробіть концепцію комплексного туристичного пакета "Королівський вікенд" (на 2 дні/1 ніч), орієнтованого на сім'ї з дітьми.
2. Визначте три обов'язкові елементи (основний продукт, проживання, харчування) та два додаткові (анімація, сувенір).
3. Запропонуйте орієнтовну ціну пакета та обґрунтуйте її.

Практичне завдання 2.

Проаналізуйте, як включення трьох різних допоміжних послуг може збільшити додану вартість відвідування замку-музею для туриста:

1. Послуга А: Майстер-клас із середньовічних танців.
2. Послуга Б: Вечеря в стилі XVI століття у підземеллі.
3. Послуга В: Аудіогід преміум-класу з VR-елементами.

Для кожної послуги визначте, яку потребу туриста вона задовольняє (розвага, пізнання, комфорт) та як вона впливає на готовність платити більше.

Кейс-стаді.

Ситуація: Замок У є переважно руїнами (низький ступінь збереженості), але оточений чудовим ландшафтом та має поруч невелике етнографічне поселення. Туристів не затримує сам замок.

Завдання: Створити комплексний туристичний продукт, де руїни є лише частиною, а не основним елементом. Кроки:

1. Визначте основний "якірний" продукт (наприклад, "Природно-етнографічний комплекс" замість "Замковий тур").
2. Розробіть тему для комплексного продукту, що об'єднує руїни та поселення (наприклад, "Шлях середньовічних ремісників").

3. Запропонуйте три елементи продукту, які стимулюватимуть туристів провести в дестинації не менше 5 годин (наприклад, дегустація місцевих продуктів, фотозона, тематичний маршрут).

Питання для самостійної роботи

1. Розкрийте зміст поняття "комплексний туристичний продукт" у контексті замкового туризму.
2. Опишіть етапи формування комплексного туристичного продукту замку.
3. Проаналізуйте роль анімаційних програм (фестивалі, турніри, історичні реконструкції) як елемента комплексного продукту.
4. Дослідіть, як готельні послуги (ночівля в замку, стилізовані кімнати) впливають на маркетингове позиціонування замкової дестинації.
5. Проаналізуйте значення гастрономічного компонента (середньовічна кухня, місцеві продукти) у комплексному продукті замкового туризму.
6. Опишіть, як відбувається управління якістю та стандартизація різних послуг, що входять до комплексного продукту.
7. Розкрийте поняття "додана вартість" та механізми її створення через допоміжні послуги замку.
8. Дослідіть європейський досвід створення комплексних продуктів на базі замкових кластерів (наприклад, продаж єдиного абонементу).
9. Проаналізуйте, як страхування та безпека впливають на формування ціни та привабливість комплексного продукту.
10. Опишіть роль сувенірної продукції як завершального елемента комплексного туристичного продукту замку.

ТЕМА 6

МАРКЕТИНГ ТА ПРОСУВАННЯ ЗАМКОВИХ ОБ'ЄКТІВ

1. Стандарти обслуговування у замковому туризмі.

Стандарти обслуговування у замковому туризмі - це сукупність правил і вимог, що визначають якість надання послуг туристам під час відвідування історико-культурних об'єктів. Їх метою є забезпечення комфорту, безпеки та задоволення очікувань відвідувачів.

У більшості європейських країн діють загальні стандарти туристичного сервісу, адаптовані до специфіки замкових комплексів, де збереження автентичності поєднується з сучасним комфортом. До таких стандартів належать: чистота території, доступність інформації кількома мовами, професійна робота гідів, чітка навігація, наявність санітарних зон і зон відпочинку. Велике значення має дотримання техніки безпеки - облаштовані сходи, поручні, освітлення. Важливим елементом є комунікація з відвідувачами - доброзичливість персоналу, швидке реагування на звернення, клієнтський сервіс.

У замковому туризмі все частіше застосовуються стандарти інклюзивності, які забезпечують можливість відвідування людей з обмеженими можливостями.

Рівень сервісу також оцінюється за критеріями культурної презентації: автентичність інтер'єрів, якість екскурсій, доступність мультимедійних засобів.

Дотримання високих стандартів сприяє формуванню позитивного іміджу замку, залученню іноземних туристів і підвищенню конкурентоспроможності дестинації. Таким чином, стандарти обслуговування є фундаментом для розвитку сталого та культурно орієнтованого туризму.

2. Оцінювання якості туристичного сервісу в замках

Оцінювання якості туристичного сервісу є ключовим інструментом управління замковими об'єктами, оскільки дозволяє визначати рівень задоволеності відвідувачів і вдосконалювати обслуговування.

Якість вимірюється за низкою критеріїв: чистота території, комфорт, професіоналізм персоналу, естетичне оформлення, інформаційна доступність. Оцінка може здійснюватися за допомогою анкетування туристів, онлайн-відгуків, експертних аудитів або "таємного гостя". У європейській практиці використовуються стандартизовані системи - наприклад, European Tourism Quality Label або ISO 9001. Високий рівень сервісу означає не лише відповідність нормам, а й емоційний аспект - створення атмосфери гостинності, відчуття дотику до історії.

Замки, що систематично проводять моніторинг якості, мають вищий туристичний рейтинг і більшу кількість повторних відвідувань. До важливих індикаторів належить також ефективність екскурсій, наявність зворотного зв'язку, інтерактивних технологій, чистота й доглянутість території.

В Україні поступово впроваджуються подібні підходи - наприклад, у Кам'янець-Подільській фортеці чи Луцькому замку. Регулярна оцінка сервісу допомагає не лише покращити якість послуг, а й формує професійну культуру персоналу, орієнтовану на європейські стандарти.

3. Інноваційні методи підвищення комфорту туристів у замковому туризмі.

Інновації у замковому туризмі спрямовані на підвищення якості відвідування та створення позитивного емоційного досвіду для туристів. Сучасні методи охоплюють використання цифрових технологій, автоматизацію сервісів і створення інтерактивного середовища.

Одним із найефективніших засобів є застосування AR/VR-технологій, які дозволяють відтворити історичні події чи побачити замок у первісному вигляді.

Мобільні додатки забезпечують навігацію територією, бронювання квитків і отримання аудіогідів кількома мовами. У провідних європейських замках встановлюють сенсорні інформаційні панелі, 3D-карти, системи «розумного освітлення» та клімат-контролю. Зростає роль інклюзивних інновацій: пандуси, ліфти, віртуальні тури для людей з обмеженими можливостями. Комфорт підвищується завдяки ергономічному облаштуванню зон відпочинку, кафе, сувенірних крамниць, фотозон. Деякі замки впроваджують програму “Smart Castle”, яка поєднує елементи екологічного та цифрового менеджменту. В Україні подібні рішення поступово реалізуються - наприклад, у замках Львівщини, де розроблено VR-тури та мобільні гід.

Інновації не лише роблять туризм зручнішим, а й сприяють залученню молодшої аудиторії, що цінує технологічність і сучасний формат подорожей.

4. Приклади успішного маркетингу замкових об'єктів в Україні та Європі.

Успішний маркетинг замкових об'єктів поєднує історію, емоції та сучасні технології. У Європі прикладом є замок Нойшванштайн (Німеччина) - він має

чіткий брендинг як «замок мрії», активне просування у соцмережах і партнерство з туристичними компаніями. Французькі замки Луари демонструють модель кластерного маркетингу - спільне просування кількох об'єктів під єдиним брендом «Долина Королів». У Великій Британії популярність Віндзорського замку підтримується за рахунок поєднання історичних виставок, королівських подій і онлайн-маркетингу. В Японії замок Хімедзі залучає туристів через освітні VR-платформи та фестивалі. В Україні приклади успішного маркетингу демонструють Кам'янець-Подільська фортеця, Мукачівський замок «Паланок» і замки Львівщини. Вони активно використовують соціальні мережі, YouTube-презентації, фестивалі середньовічної культури, історичні реконструкції.

Важливу роль відіграють партнерські програми з туристичними агенціями, муніципалітетами, готельним бізнесом.

Ефективний маркетинг базується на автентичному образі замку, привабливому контенті та емоційній взаємодії з аудиторією. Завдяки цьому замковий туризм стає не лише освітнім, а й розважальним продуктом, який формує позитивний імідж регіону та держави на міжнародній арені.

Питання для дискусії

1. Як відрізняється маркетинговий підхід до просування добре збереженого, музеєфікованого замку (наприклад, Підгорецький) від просування замкових руїн (наприклад, Кременецький замок)?
2. Обговоріть ефективність використання методів "страшного" маркетингу (легенди про привидів, вампірів, тортури) для просування замків. Чи не суперечить це освітній та історичній місії установи?
3. Які маркетингові канали (соціальні мережі, традиційна реклама, туристичні виставки, співпраця з блогерами) є найбільш витратоефективними для українських замків в умовах обмеженого фінансування?
4. Наскільки важливою є цінова політика (вартість квитка, абонементи, пільги) у стратегії просування? Чи може низька ціна знизити сприйняття цінності замкового об'єкта?

5. Як слід використовувати кіно та серіали як маркетинговий інструмент (наприклад, зйомки в замку)? Яку інфраструктуру має забезпечити замок для цього?
6. Обговоріть роль спільного маркетингу ("кластерного") для просування українських замків. Чи може один сильний бренд замку "тягнути" за собою слабші об'єкти в регіоні?
7. Яким чином персоналізація пропозицій (маркетинг 1:1) може бути реалізована для замкового туризму (наприклад, через аналіз даних відвідувачів)?

Практичні завдання та Кейс-стаді

Практичне завдання 1.

Оберіть один відомий український замок.

1. Визначте дві цільові аудиторії (наприклад, "сім'ї з дітьми" та "іноземні історики").
2. Розробіть тему та формат для двох різних постів у Instagram/Facebook (один для кожної аудиторії). Вкажіть, яке УТП підкреслює кожен пост та які хештеги будуть використані.

Практичне завдання 2.

Ви - менеджер замку, який має високу сезонність (пік влітку). Вам потрібно залучити туристичний потік у міжсезоння (жовтень-квітень).

1. Визначте три канали просування/партнерства, які будуть найбільш ефективними для міжсезоння (наприклад, співпраця з готельними комплексами, конференц-туризм).
2. Сформулюйте основний меседж для міжсезонної кампанії, який би нівелював холодну погоду.

Кейс-стаді.

Ситуація: На популярному туристичному сайті з'явився вірусний негативний відгук про ваш замок, який скаржиться на дорогі сувеніри та недружній персонал, що підриває історичну цінність об'єкта. Відвідуваність за тиждень впала на 20%.

Завдання: Скласти план кризового PR та маркетингового реагування. Кроки:

1. Розробіть офіційну відповідь на відгук, що демонструє емпатію та готовність до змін.
2. Запропонуйте одну швидку акцію/захід, який має перекрити негатив позитивним інформаційним приводом (наприклад, "День відкритості" або "Запуск нового інтерактиву").
3. Визначте, які дві внутрішні зміни (у персоналі/сувенірці) мають бути швидко впроваджені та публічно анонсовані.

Питання для самостійної роботи

1. Розкрийте зміст концепції маркетингу 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) стосовно замкових об'єктів.
2. Проаналізуйте роль брендингу та корпоративної ідентичності (логотип, слоган) у просуванні замку.
3. Дослідіть, як географічне розташування замку (доступність) впливає на вибір каналів дистрибуції (продажу).
4. Опишіть, як аналіз конкурентів (інших замків у регіоні/країні) допомагає у формуванні УТП.
5. Проаналізуйте використання контент-маркетингу (історичні статті, відео, подкасти) для підвищення обізнаності про замок.
6. Дослідіть форми співпраці замків з туристичними операторами та онлайн-агрегаторами (Booking, TripAdvisor).
7. Розкрийте поняття "туризм вражень" і як його принципи використовуються в маркетингу замків (фестивалі, історичні реконструкції).
8. Опишіть, як системи лояльності та зворотний зв'язок (відгуки) інтегруються в маркетингову стратегію.
9. Проаналізуйте міжнародний досвід використання державних або регіональних туристичних брендів (наприклад, "Карпати", "Замки України") для просування окремих замків.
10. Які правові та етичні аспекти слід враховувати при просуванні замку (авторське право на зображення, історична достовірність інформації)?

ТЕМА 7

ФОРМУВАННЯ ЗАМКОВОГО ТУРУ

1. Основні етапи розроблення замкового туру

Розроблення замкового туру - це багатоступеневий процес, який охоплює аналітичну, організаційну та практичну складові. На першому етапі здійснюється дослідження туристичного ринку, визначення цільової аудиторії та попиту на подібні маршрути. Далі формується концепція туру: його тематика, цілі, історичний чи культурний акцент. Наступний крок - вибір конкретних замкових об'єктів, враховуючи їхній стан, доступність, туристичну привабливість і логістику переміщення між ними. Після цього складається маршрут, де зазначається послідовність відвідувань, час у дорозі, тривалість екскурсій.

Особлива увага приділяється організації проживання, харчування та дозвілля учасників. Важливим етапом є розроблення супровідних програм - інтерактивів, дегустацій, майстер-класів, історичних реконструкцій. Після узгодження деталей створюється кошторис туру, визначається його кінцева вартість і рівень комфорту. Важливо також передбачити ризики - погодні умови, зміни графіків роботи замків, технічні збої. Завершальним етапом є підготовка рекламних матеріалів, співпраця з турагентами, запуск продажу туру та оцінювання його ефективності після реалізації.

Таким чином, процес формування замкового туру поєднує стратегічне планування, історичну обізнаність і маркетингові навички.

2. Принципи вибору маршруту та логістики подорожі

Вибір маршруту для замкового туру ґрунтується на поєднанні історико-культурної цінності об'єктів та зручності пересування. Один із ключових принципів - логічна послідовність відвідування замків, яка забезпечує сюжетність подорожі, створює ефект «історичного занурення». Тур має бути організований так, щоб відстані між пунктами не перевищували комфортний денний переїзд. Логістика передбачає вибір оптимальних транспортних засобів - автобусів, потягів, авіаперельотів або комбінованих маршрутів. При плануванні

враховується сезонність, дорожня інфраструктура, розташування готелів і закладів харчування. Важливим принципом є баланс між активною частиною туру та відпочинком, аби туристи не відчували перевтоми. Також враховується доступність замків для людей з особливими потребами. Вибір маршруту має враховувати не лише популярні, а й менш відомі об'єкти, щоб створити унікальний продукт і уникнути надмірної конкуренції.

У сучасній практиці активно застосовується цифрове моделювання маршрутів за допомогою картографічних сервісів і GPS-технологій. Успішна логістика - це поєднання історичної привабливості, економічної доцільності та комфорту подорожі для кожного турист

3. Критерії відбору замкових об'єктів для туристичного маршруту.

Відбір замкових об'єктів - один із найважливіших аспектів при формуванні туру, адже саме замки визначають його зміст і враження.

Основним критерієм є історико-культурна значущість - замки мають бути носіями певної епохи, архітектурного стилю чи подій. Не менш важливим є рівень збереженості споруди: туристам повинно бути безпечно перебувати на території об'єкта. Враховується також доступність - наявність доріг, паркувальних зон, інформаційних вказівників, гідів.

Замки, які мають розвинену туристичну інфраструктуру (музеї, кафе, сувенірні лавки), більш привабливі для включення в тур. Значення мають і тематичні критерії - наприклад, замки-королівські резиденції, оборонні фортеці або романтичні руїни. Важливо, щоб між об'єктами існувала логічна історична або культурна зв'язка. Туроператори також враховують потенціал для організації подій - фестивалів, реконструкцій, концертів. Критерієм може бути й емоційна складова - мальовниче розташування, легенди, атмосфера.

Найуспішніші тури поєднують відомі «магніти» з менш популярними, але автентичними об'єктами, створюючи цілісний туристичний наратив.

4. Організаційні аспекти туру: тривалість, транспорт, проживання, харчування.

Організаційна складова замкового туру має вирішальне значення для його успішності. Тривалість туру визначається з урахуванням кількості об'єктів, відстаней між ними та типу цільової аудиторії. Для коротких турів оптимальними є 2-3 дні, для комплексних - від 5 до 10 днів. Транспорт повинен бути комфортним і безпечним: автобуси туристичного класу, мікроавтобуси чи поїзди, залежно від маршруту.

Проживання організовується у готелях, садибах зеленого туризму або навіть у замкових комплексах, що додає автентичності. Харчування включає традиційну регіональну кухню, дегустації місцевих страв і напоїв. Важливо врахувати сезонність, розклад роботи замків, можливості для відпочинку. Організатори мають забезпечити медичне страхування, безпеку туристів та наявність екстрених контактів. Особлива увага приділяється груповій динаміці - розподілу часу, супроводу гідів, наявності перекладачів для іноземців.

Усе це формує якісний туристичний сервіс, який впливає на задоволення клієнтів і подальшу репутацію туроператора.

5. Документаційне та фінансове забезпечення туру.

Документальне оформлення туру охоплює юридичні, адміністративні та бухгалтерські аспекти. На початку укладаються договори з партнерами - власниками замків, перевізниками, готелями, ресторанами. Туроператор формує пакет документів для туристів: програма туру, страховка, ваучери, квитки, інформаційні листи. Фінансове забезпечення включає розрахунок вартості туру, визначення прибутковості, формування резервного фонду. Усі витрати - транспортні, готельні, екскурсійні, адміністративні - вносяться до кошторису. Для міжнародних турів оформлюються візові та митні документи.

Важливим є питання фінансових гарантій перед клієнтами - ліцензії туроператора, страхування від непередбачених ситуацій. Сучасні компанії використовують електронні системи бронювання та безготівкові розрахунки, що підвищує прозорість фінансових операцій. Чітке документальне забезпечення - це запорука довіри між туроператором і клієнтом, а також між партнерами по туру. Після завершення туру проводиться фінансовий аналіз для оцінки ефективності витрат.

6. Роль екскурсовода та програм культурного супроводу у створенні привабливого туру

Екскурсовод - це центральна фігура замкового туру, яка формує емоційне сприйняття подорожі. Його завдання полягає не лише в передачі фактів, а й у створенні атмосфери занурення в історію. Грамотний гід володіє акторською майстерністю, використовує легенди, анекдоти, історичні реконструкції.

Програми культурного супроводу (вистави, костюмовані шоу, тематичні вечери, квести) додають туру унікальності та розваги. Завдяки цьому туристи відчують себе учасниками історії, а не пасивними слухачами. Важливо, щоб екскурсовод мав спеціальну підготовку, знав мови, володів етикетом спілкування з різними аудиторіями. У багатьох європейських замках впроваджено інтерактивні формати - AR-гід, мультимедійні вистави, VR-реконструкції. Такі технології не замінюють екскурсовода, а доповнюють його, створюючи синергію між живим словом і цифровими ефектами. Роль екскурсовода полягає у формуванні позитивного іміджу туру, підвищенні культурного рівня туристів і створенні незабутніх вражень, що спонукають до повторного відвідування.

Питання для дискусії

1. Як правильно визначити тривалість замкового туру (одноденний, вікенд-тур, тижневий маршрут)? Які чинники (логістика, кількість об'єктів, цільова аудиторія) є визначальними?
2. Наскільки важлива тематична єдність при формуванні маршруту, що включає замки різного стилю та періоду? Чи варто об'єднувати руїни з відреставрованими об'єктами в один тур?
3. Яку роль відіграє екскурсійний наратив у "зв'язуванні" різних замків в єдиний, логічно завершений туристичний продукт? Чи може якісний наратив компенсувати недоліки інфраструктури?
4. Обговоріть доцільність включення до замкового туру "незамкових" атракцій (наприклад, природних парків, гастрономічних точок). Як знайти баланс між основною темою та диверсифікацією?

5. Які стратегії ціноутворення є найбільш ефективними для замкових турів: "все включено", модульна ціна, чи диференційована ціна залежно від об'єкта?
6. Як забезпечити стабільну якість обслуговування протягом усього маршруту (транспорт, харчування, розміщення), особливо коли тур проходить через різні регіони та підрядників?
7. Які вимоги до кваліфікації гіда висуває складний багатооб'єктний замковий маршрут? Чи достатньо загальної історичної освіти, чи потрібна вузька фортифікаційна спеціалізація?

Практичні завдання та Кейс-стаді

Практичне завдання 1.

Сформууйте одноденний автобусний тур під назвою "Золота підкова Львівщини: погляд зсередини".

1. Визначте три ключові замки (наприклад, Олеський, Підгорецький, Золочівський).
2. Складіть нитку маршруту з приблизним хронометражем (включно з часом на переїзди, обід та відвідування).
3. Запропонуйте одне унікальне "якірне" місце (кафе, майстерня, невеликий музей) для обідньої перерви, що підсилює тематику туру.

Практичне завдання 2.

Складіть статтю витрат на одну особу для дводенного туру "Замки Поділля" (2 замки, 1 ніч у готелі).

- Дано: Вартість проживання (1 ніч, двомісне розміщення) - 800 грн/ос.; Їжа (2 обіди, 1 вечеря, 1 сніданок) - 1000 грн/ос.; Вхідні квитки (2 замки) - 300 грн/ос.; Транспорт (автобус) - 600 грн/ос.; Зарплата гіда - 200 грн/ос.
- Завдання: Розрахуйте повну собівартість туру на одну особу та визначте ціну продажу, якщо бажана рентабельність - 25%.

Кейс-стаді.

Ситуація: Ваш дводенний замковий тур отримує скарги туристів на низьку якість харчування та відсутність сувенірів на одному з ключових об'єктів (Замок Х). Сам замок дуже цікавий, але цей досвід псує загальне враження.

Завдання: Розробити стратегію реконфігурації туристичного продукту для нівелювання цих слабких місць. Кроки:

1. Запропонуйте логістичне рішення для заміни місця харчування (наприклад, кейтеринг біля замку, перенесення обіду в сусіднє місто).
2. Розробіть концепцію двох авторських сувенірів, пов'язаних із Замком Х, які гід буде продавати безпосередньо в автобусі.
3. Опишіть, як зміниться екскурсійний наратив, щоб підкреслити позитивні сторони Замку Х.

Питання для самостійної роботи

1. Розкрийте зміст поняття "технологічна карта туру" та її значення у формуванні замкового туру.
2. Визначте основні принципи формування замкового туру (логічність, економічність, безпека).
3. Проаналізуйте типологію замкових турів за тривалістю (одноденні, багатоденні) та тематикою (військово-історичні, романтичні, містичні).
4. Дослідіть, як інформаційне забезпечення (путівники, карти, мобільні додатки) інтегрується у структуру замкового туру.
5. Опишіть систему забезпечення безпеки туристів на замкових об'єктах та в дорозі.
6. Проаналізуйте роль туроператора у формуванні та реалізації замкового туру.
7. Розкрийте поняття "пакетний тур" та його переваги для споживача у замковому туризмі.
8. Дослідіть, як сезонність впливає на ціноутворення та наповнення замкових турів.
9. Опишіть ключові етапи роботи гіда-екскурсовода при супроводі групи на багатооб'єктному замковому маршруті.
10. Проаналізуйте критерії вибору транспорту при формуванні замкових турів різної складності.

ІННОВАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗАМКОВОГО ТУРИЗМУ

1. Використання цифрових технологій: AR/VR-технології, мобільні додатки, аудіогіди

У сучасному замковому туризмі цифрові технології відіграють ключову роль у підвищенні привабливості історичних об'єктів. Використання доповненої (AR) та віртуальної реальності (VR) дозволяє відвідувачам здійснити «подорож у часі» - побачити замки у первісному вигляді, спостерігати за реконструкцією битв, свят чи середньовічного побуту. AR-технології накладають цифрові зображення на реальні простори, створюючи ефект присутності у минулому. VR, у свою чергу, забезпечує повне занурення - туристи можуть віртуально прогулятися залами, які недоступні через реставраційні роботи або руйнування.

Сучасні мобільні додатки стають інтерактивними гідами, які пропонують маршрути, додаткову інформацію, квести та вікторини. Такі додатки стимулюють самостійне вивчення історії об'єкта та підвищують зацікавленість молоді. Аудіогіди дозволяють отримати змістовну екскурсію без участі гіда, забезпечуючи доступність для різних груп туристів. Вони часто доступні кількома мовами та містять елементи художньої реконструкції подій.

Застосування цифрових технологій не лише модернізує подачу історичного матеріалу, а й сприяє збереженню замків через зменшення навантаження на об'єкт. Оцифрування пам'яток дозволяє створити 3D-копії для архівів, освітніх цілей і туризму. Таким чином, AR/VR-рішення, мобільні додатки та аудіогіди формують новий формат культурного сприйняття - інтерактивний, доступний і захопливий. У перспективі вони стануть невід'ємним інструментом розвитку замкового туризму, забезпечуючи поєднання історії, технологій і емоційного досвіду.

2. Тенденції розвитку інтерактивних музеїв, фестивалів і тематичних подій у замках

Інтерактивність стала провідним трендом у сучасному замковому туризмі. Відвідувачі дедалі частіше прагнуть не просто оглядати експозиції, а брати участь у подіях, взаємодіяти з простором і ставати частиною історії. Тому замки активно трансформуються у живі музеї, де експозиції доповнені

мультимедійними елементами, акторськими реконструкціями, театралізованими екскурсіями. Завдяки цьому створюється ефект присутності у середньовічній атмосфері.

Популярності набувають фестивалі історичної реконструкції, лицарські турніри, кулінарні свята, тематичні квести та нічні екскурсії з елементами міфів і легенд. Такі події поєднують культурно-освітню й розважальну функції, роблячи замки привабливими для широкої аудиторії. Сучасні фестивалі у замках - це не лише відтворення минулого, а й платформа для популяризації національної спадщини та залучення молоді.

Розвиток інтерактивних музеїв у замках пов'язаний із цифровізацією: сенсорні екрани, голографічні експозиції, відеоінсталяції та доповнена реальність створюють багатовимірне сприйняття історії. Відвідувачі можуть самі обирати темп огляду, отримувати інформацію через смартфон, взаємодіяти з віртуальними персонажами. Такі ініціативи підвищують туристичну привабливість регіонів, де розташовані замки, сприяють розвитку локального бізнесу й культурних спільнот. У перспективі саме інтерактивність і подієвість стануть ключовими чинниками успішного розвитку замкового туризму. Замки перетворюються з «музеїв минулого» на центри живої історії, що поєднують традиції, інновації та культурну комунікацію.

3. Реставрація та адаптивне використання замкових об'єктів як форма збереження культурної спадщини

Реставрація та адаптивне використання замків є важливою складовою збереження історико-культурної спадщини. Багато замків в Україні та світі перебувають у стані руйнації, тому актуальним стає питання їхнього відновлення з урахуванням сучасних потреб. Реставрація передбачає не лише технічне відновлення споруди, а й повернення їй історичної автентичності, гармонійне поєднання старовинних елементів із сучасними матеріалами та технологіями.

Паралельно поширюється практика адаптивного використання замкових комплексів - перетворення їх на готелі, культурні центри, арт-резиденції, музеї, конференц-простори або локації для кінофільмів. Такий підхід дозволяє

забезпечити фінансову стабільність об'єкта та зробити його живою частиною сучасного культурного процесу.

Замки, що набувають нових функцій, перестають бути лише пам'ятками - вони стають економічно активними осередками культурного життя.

Особливо цінною є реставрація з використанням цифрових технологій - 3D-сканування, лазерної реконструкції, архівної візуалізації. Це дає змогу точніше відтворити первісний вигляд об'єкта та створити його цифровий двійник для майбутніх поколінь. Адаптивне використання сприяє збереженню архітектурного образу замків, водночас забезпечуючи туристичну та економічну доцільність їх існування. Успішні приклади в Європі показують, що замки можуть бути не лише історичними пам'ятками, а й платформами для культурних подій, освіти та бізнесу.

Таким чином, поєднання реставрації та сучасного функціонального використання є ефективною моделлю сталого розвитку замкового туризму. Воно дозволяє зберігати минуле, роблячи його частиною майбутнього.

Питання для дискусії

1. Як віртуальна (VR) та доповнена (AR) реальність можуть змінити сприйняття замкових руїн? Чи можуть ці технології зробити руїни більш привабливими, ніж відреставровані замки?
2. Обговоріть перспективи перетворення замків на мультифункціональні хаби (коворкінги, освітні центри, арт-резиденції) на додаток до їхньої туристичної функції. Чи не загрожує це їхній історичній автентичності?
3. Які інноваційні механізми фінансування (краудфандинг, продаж NFT-токенів колекцій, державно-приватне партнерство) мають найбільший потенціал для відновлення та розвитку українських замків?
4. Наскільки важливим є використання "зелених" технологій (енергоефективність, екологічна логістика) для формування сталого та інноваційного іміджу замкового туризму?
5. Як технології Big Data та штучний інтелект (ШІ) можуть допомогти в персоналізації замкових турів та управлінні туристичними потоками для запобігання надмірному навантаженню?

6. Які нові формати анімації та імерсивного досвіду (наприклад, інтерактивні голографічні шоу, гейміфіковані квести) є найбільш перспективними для залучення молодіжної аудиторії?
7. Обговоріть проблему кадрів у контексті інновацій: чи готові гідни та музейні працівники впроваджувати цифрові технології, і яка система навчання є необхідною?

Практичні завдання та Кейс-стаді

Практичне завдання 1.

Оберіть один відомий український замок.

1. Сформулюйте концепцію одного нового інноваційного туристичного продукту, що базується на технологіях (наприклад, VR-реконструкція, мобільний додаток-квест).
2. Визначте, які дві проблеми (наприклад, низька відвідуваність, відсутність експонатів) цей продукт має вирішити.
3. Запропонуйте ключовий меседж для його просування.

Практичне завдання 2.

Ви - менеджер замкового комплексу. Вам потрібно впровадити ШІ для покращення досвіду відвідувачів та оптимізації роботи.

1. Запропонуйте дві конкретні функції ШІ (наприклад, чат-бот для відповідей на запитання, аналіз маршрутів відвідувачів, система динамічного ціноутворення).
2. Опишіть, як кожна функція практично покращить обслуговування чи збільшить дохід.

Кейс-стаді.

Ситуація: Замок Z потребує термінової консервації фасаду (вартість: 1 млн грн). Державного фінансування немає. Замок має сильний локальний бренд, але його інфраструктура застаріла.

Завдання: Розробити інноваційну краудфандингову кампанію, що включає елементи туристичного продукту. Кроки:

1. Визначте три рівні "внесків" (наприклад, 100 грн, 1000 грн, 10000 грн) та три відповідні "винагороди" (наприклад, цифровий сертифікат, іменна цеглина, ніч у замку).
2. Запропонуйте ключовий меседж кампанії, який підкреслює не лише збереження, а й майбутні туристичні перспективи замку.
3. Опишіть, як технологія NFT може бути використана для збору коштів (наприклад, продаж цифрових копій старовинних планів замку).

Питання для самостійної роботи

1. Розкрийте зміст поняття "smart-туризм" та його застосування у замковому туризмі.
2. Проаналізуйте використання 3D-моделювання та 3D-друку для створення музейних копій та реконструкцій замкових інтер'єрів.
3. Дослідіть, як соціальні мережі та геомаркетинг (використання геолокації) сприяють розвитку замкового туризму.
4. Опишіть перспективи розвитку готельного бізнесу в замкових комплексах та вимоги до їхньої модернізації.
5. Проаналізуйте роль інтерактивних експонатів та гейміфікації у підвищенні зацікавленості відвідувачів у замках.
6. Дослідіть міжнародний досвід використання замків як арт-просторів та місць проведення подій (фестивалі, концерти).
7. Опишіть, як енергозберігаючі технології (сонячні панелі, розумне освітлення) можуть бути інтегровані в замкові комплекси.
8. Розкрийте поняття державно-приватного партнерства (ДПП) та його потенціал для ревіталізації замків в Україні.
9. Проаналізуйте, як доступність Wi-Fi та мобільного зв'язку впливає на туристичну привабливість замкових об'єктів.
10. Дослідіть, як інноваційні транспортні рішення (наприклад, електрокари, невеликі шатли) можуть вирішити проблему логістики для віддалених замків.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Рутинський М. Замковий туризм в Україні: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2022. 432 с.
2. Писаренко В.Ф., Гуменюк Ю.М. Культурно-пізнавальний туризм: теорія і практика. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 312 с.
3. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу. Київ: Знання, 2021. 447 с.
4. Федорченко В.К., Дьорова Т.А., Круль Г.Я. Менеджмент туристичної індустрії. Київ: Альтерпрес, 2019. 368 с.
5. Даниленко-Кульчицька В.А. Розвиток замкового туризму в Україні: застосування європейського досвіду. Економіка та суспільство. 2024. № 56.
6. Долинська О.О., Шоробура І.М., Гільберг Т.Г. Замковий туризм Тернопільської області: сучасний стан та перспективи розвитку. Економіка та суспільство. 2024. № 54.
7. Машіка Г.В., Пригара О.В. Замковий туризм на Закарпатті та охорона довкілля. Економіка та суспільство. 2024. № 55.
8. Lysyi I. Tourist estimation of historical and cultural potential of castles in the Ivano-Frankivsk region. *Skhid*. 2015. № 2 (134). С. 88-92.
9. Buravchenko S., Pivovarov O., Khlyupin O., Shashkova I. Methods of castles renovating with their adaptation to modern objects on the example of the Svirzh castle. *Theory and Practice of Design (NAU)*. 2023.
10. Comprehensive overview of remained bastion castles in Lviv region (Ukraine). *Fortifications*. 2022. Vol. 17.

Допоміжна

1. Мазаракі А.А., Мельниченко С.В. Економіка та організація туристичного бізнесу. Київ: КНТЕУ, 2020. 540 с.
2. Герасименко В.Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка, діагностика, стратегія. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 312 с.
3. Middleton V., Fyall A., Morgan M. *Marketing in Travel and Tourism*. London: Routledge, 2022. 480 p.
4. Timothy D.J. *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Channel View Publications, 2022. 280 p.
5. Giannini T., Bowen J.P. (Eds.). *Museums and Digital Culture: New Perspectives and Research*. New York: Springer, 2019. 590 p.
6. White C. *Museums and Heritage Tourism: Theory, Practice and People*. – London: Routledge, 2023. 256 p.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРС

1. Офіційний сайт .Державне агентство розвитку туризму України (DART).
URL: <https://www.tourism.gov.ua>
2. Офіційний сайт. Міністерство культури та інформаційної політики України. Національна стратегія розвитку культурної спадщини.
URL: <https://mkip.gov.ua>
3. Офіційний сайт. Міністерство розвитку громад та територій України.
URL: <https://www.minregion.gov.ua>
4. Офіційний сайт. Всесвітня організація туризму (UNWTO).
URL: <https://www.unwto.org>
5. Наукове фахове видання Економіка та суспільство.
Електронний архів наукових публікацій з туризму.
URL: <https://economyandsociety.in.ua>
6. Наукове фахове видання Fortifications. Фортифікації.
Збірник наукових праць з історії та збереження оборонних споруд.
URL: <https://science.lpnu.ua/fortifications>
7. Інституційний репозитарій Київського національного університету імені Тараса Шевченка. База публікацій з туризмознавства та культурної спадщини.
URL: <https://ir.library.knu.ua> .