

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
ННІ неперервної освіти і туризму

ПОГОДЖЕНО
Директор
ННІ неперервної освіти і туризму
туризму

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри готельно-
ресторанної справи та

_____ **Іван ГРИЦЕНКО**
(підпис)

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**
(підпис)

«_____» _____ 2025 р.

«_____» _____ 2025 р.

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему «Розвиток пізнавального туризму в Італії з використанням
історико-культурних ресурсів»

Спеціальність: 242 «Туризм»
Освітня програма «Туризм»

Гарант освітньої програми

Ірина Кудінова

(підпис)

**Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи**

Світлана Мельниченко

(підпис)

Виконала

Катерина Єрмолаєва

(підпис)

КИЇВ - 2025

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

ННІ неперервної освіти і туризму

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму

д.е.н., професор _____ **Світлана Мельниченко**
(підпис)
« ____ » _____ 2024 р.

З А В Д А Н Н Я
до виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи
здобувачу вищої освіти

Єрмолаєвій Катерині Павлівні

Спеціальність: 242 «Туризм»

Освітня програма: «Туризм»

Орієнтація освітньої програми: освітньо-професійна

Тема бакалаврської кваліфікаційної роботи: **«Розвиток пізнавального туризму в Італії з використанням історико-культурних ресурсів»**

Затверджена наказом ректора НУБіП України від 29 жовтня 2024 р. № 1936 «С».

Термін подання завершеної роботи на кафедру до: 20.05.2025 р.

Вихідні дані до бакалаврської кваліфікаційної роботи: законодавчі та нормативні акти України, матеріали Державної служби статистики України, наукові праці зарубіжних та вітчизняних авторів, матеріали науково-практичних конференцій, аналіз офіційних сайтів туристичних ресурсів Італії та України, програм розвитку туризму.

Об'єкт дослідження – процес розвитку пізнавального туризму в Італії з використанням історико-культурних ресурсів.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до розвитку пізнавального туризму в Італії з використанням історико-культурних ресурсів.

Мета дослідження – розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад розвитку пізнавального туризму в Італії з використанням історико-культурних ресурсів.

Перелік завдань, які повинен виконати здобувач вищої освіти для досягнення поставленої мети:

- аналіз зарубіжних і вітчизняних джерел, інтернет ресурсів щодо визначення понять та сутності пізнавального туризму, стратегій розвитку на регіональному рівні;
- особливості використання історико-культурних цінностей у просуванні пізнавального туризму;
- теоретико-методологічні підходи до розвитку пізнавального туризму з використанням історико-культурних ресурсів;
- проаналізувати тенденції розвитку пізнавального туризму в Італії;
- дослідити вплив історико-культурних цінностей на розвиток пізнавального туризму;
- оцінити попит на пізнавальний туризм Італії;
- запропонувати основні напрями розвитку пізнавального туризму Італії з використанням історико-культурних ресурсів;
- обґрунтувати запропоновані заходи.

Дата видачі завдання: “18” листопада 2024 р.

**Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи
д.е.н., професор**

(підпис)

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
(прізвище та ініціали)

**Завдання прийняв до
виконання**

(підпис)

Катерина ЄРМОЛАЄВА
(прізвище та ініціали студента)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ПІДГОТОВКИ ТА ЗАХИСТУ БАКАЛАВРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Етапи підготовки та захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи	Термін виконання	Примітки (фактично виконано)
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи, підготовка завдання, складання плану, консультації з проведення дослідження	1 вересня – 30 вересня 2024 р.	виконано
2.	Підготовка та видача завдання	1 жовтня – 1 грудня 2024 р.	Виконано
3.	Підготовка першого розділу роботи	1 грудня 2024 р. – 1 лютого 2025 р.	Виконано
4.	Підготовка другого розділу роботи	2 лютого – 30 березня 2025 р.	Виконано
5.	Підготовка третього розділу роботи	1 квітня – 5 травня 2025 р.	Виконано
6.	Підготовка висновків, списку використаних джерел та додатків. Оформлення роботи відповідно до встановлених вимог, передача на перевірку керівникові.	5-10 травня 2025 р.	Виконано
7.	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	10-15 травня 2025 р.	Виконано
8.	Перевірка роботи на академічний плагіат	16 травня 2025 р.	Виконано
9.	Отримання відгуку керівника роботи	17-18 травня 2025 р.	Виконано
10.	Отримання зовнішньої рецензії	19-20 травня 2025 р.	Виконано
11.	Подача роботи на кафедру	20 травня 2025 р.	Виконано
12.	Підготовка доповіді і презентації. Попередній розгляд та захист на випусковій кафедрі	20-25 травня 2025 р.	Виконано
13.	Допуск бакалаврської кваліфікаційної роботи до захисту завідувачем кафедри	25 травня – 1 червня 2025 р.	Виконано
14.	Захист роботи перед екзаменаційною Комісією	відповідно до графіку	Виконано

Відгук керівника бакалаврської кваліфікаційної роботи

Студенткою проведено теоретичний та практичний аналіз тенденцій розвитку культурно-пізнавального туризму в одній із країн Середземномор'я – Італії. Отримані результати у подальшому можуть бути використані, як приклад, для відновлення даного виду туризму в Україні.

Здобувачка опрацювала достатній масив вітчизняної та іноземної наукової літератури та інтернет джерел, у результаті чого, розкрила поняття та сутність пізнавального туризму, історико-культурного потенціалу, а також теоретико-методичні підходи до розвитку пізнавального туризму з використанням історико-культурних ресурсів. У роботі проаналізовано динаміку розвитку ринку пізнавального туризму Італії; досліджено вплив історико-культурних цінностей на даний ринок; проведено оцінку структури споживчого попиту; виявлено позитивні та негативні сторони.

Отримані результати стали підґрунтям для визначення основних напрямів подальшого розвитку пізнавального туризму Італії. Здобувачкою розроблено програму маршруту Рим-Київ-Рим з культурно-пізнавальною метою та розраховано калькуляцію вартості туристичної подорожі. Робота носить як теоретичний, так і практичний характер.

Враховуючи вищезазначене, бакалаврська кваліфікаційна робота, яка виконана відповідно до вимог, рекомендується до захисту в ЕК.

Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**
(підпис, дата)

Висновок про бакалаврську кваліфікаційну роботу

Бакалаврська кваліфікаційна робота студента

Єрмолаєвої К.П.
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої
програми

_____ **Ірина КУДІНОВА**
(підпис)

Завідувач кафедри

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**
(підпис)

«___» _____ 2025 р.

РЕФЕРАТ

Єрмолаєвої К.П. «Розвиток пізнавального туризму в Італії з використанням історико-культурних ресурсів» : бакалавр. робота: спец. 242 «Туризм» / Єрмолаєва Катерина Павлівна; НУБІП України; кафедра готельно-ресторанної справи та туризму; керівник Мельниченко С.В., д.е.н., проф. – Київ, 2025. 79 с.

Анотація. Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню сучасного стану та перспективам розвитку культурно-пізнавального сектору в туристичній індустрії Італії з використанням історичної спадщини. У першому розділі були розглянуті ключові теоретичні аспекти та методологічні засади пізнавального туризму. Розкрито сутність як окремого напрямку та охарактеризовано глобальні тренди, що сприяють розвитку галузі. У другому розділі проаналізовано поточний стан та основні напрямки ринку культурного туризму. Досліджено динаміку в'їзних потоків, структуру споживчого попиту та особливості оцінки попиту. Визначено значний потенціал матеріальної та нематеріальної спадщини Італії для розробки інноваційних маршрутів. Третій розділ присвячено основним напрямкам розвитку культурно-пізнавального туризму. Обґрунтовано важливість взаємодії місцевих жителів та мандрівників. Створено шкалу потреб для потенційних клієнтів, яка допоможе визначити чого хоче споживач та моменти, які варто уникати. Також було розроблено програма маршруту Рим-Київ-Рим з культурно-пізнавальною метою, здійснено повну калькуляцію вартості та прогнозовано прибутки на 2025-2029 роки.

Ключові слова: культурно-пізнавальний туризм, історична спадщина, пам'ятки, Італія, цінності, стратегія розвитку.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	10
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	12
1.1. Пізнавальний туризм: сутність та роль у розвитку національного туризму.....	12
1.2. Особливості використання історико-культурних цінностей у формуванні пізнавального туризму.....	19
1.3. Методичні підходи до розвитку пізнавального туризму на макрорівні.....	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ.....	28
2.1. Оцінка попиту на пізнавальний туризм Італії.....	28
2.2. Аналіз просування культурно-пізнавального туризму регіону на внутрішньому та зовнішньому ринках.....	35
2.3. Дослідження впливу культурно-історичних цінностей країни на пізнавальний туризм.....	42
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ.....	49
3.1. Основні напрями розвитку пізнавального туризму в Італії звикористанням історико-культурних ресурсів.....	49
3.2. Розробка програми маршруту з культурно-пізнавальною метою.....	53
ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	67
ДОДАТКИ.....	72

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ПТ – пізнавальний туризм

WTO – Всесвітня туристична організація

ATLAS – Європейська асоціація з туризму та дозвілля

ICOMOS – Міжнародна рада з охорони пам'яток та історичних місць

ЮНЕСКО – Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури

ВСТУП

Актуальність дослідження. Туристична галузь досі залишається провідною галуззю італійської економіки, що забезпечує постійний потік іноземних відвідувачів та валютних надходжень. Проте, глобальні зміни, що були завдані пандемією, поставили індустрію у складне положення. Одним з шляхів вирішення може стати розвиток сегменту пізнавального туризму. Культура є невідмінною частиною нашого життя. Саме вона допомагає відволіктися від буденності та стати на шлях саморозвитку. Щоб вдало підібрати тур, який має пізнавальне підґрунтя, потрібно чітко визначити мотивацію подорожуючих та головні побажання. Це дозволяє максимально точно заглибити туриста в світ інноваційної культури з фрагментами стародавнього минулого.

Італія має великий потенціал різноманітної історичної спадщини, що містить більш ніж півсотні об'єктів, які під охороною ЮНЕСКО. Унікальна ідентичність та глибоке історичне коріння країни може стати ключем до успішної реалізації пізнавального туризму. У сучасних умовах життя, де урбанізація та глобалізація поглинає все більше нашого часу, зростає цінність автентичності та самотності культурної глибини. Перехід від масового відпочинку до усвідомленого та інтелектуального туризму, наприклад культурний, створює новітні можливості для промоції, розширення та покращення стану галузі.

Ця робота, шляхом ретельного аналізу взаємодії туризму та культурної спадщини, має ціль визначити майбутні можливості для пізнавального сектору в Італії, обґрунтувати новітні стратегії формування туристичних маршрутів та надати рекомендації для покращення вражень від подорожей.

Об'єкт дослідження – процес розвитку пізнавального туризму в Італії з використанням історико-культурних ресурсів.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до розвитку пізнавального туризму в Італії з використанням історико-культурних ресурсів.

Мета дослідження – розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад розвитку пізнавального туризму в Італії з використанням

історико-культурних ресурсів.

Перелік завдань, які повинен виконати здобувач вищої освіти для досягнення поставленої мети:

- аналіз зарубіжних і вітчизняних джерел, інтернет ресурсів щодо визначення понять та сутності пізнавального туризму, стратегій розвитку на регіональному рівні;
- особливості використання історико-культурних цінностей у просуванні пізнавального туризму;
- теоретико-методологічні підходи до розвитку пізнавального туризму з використанням історико-культурних ресурсів;
- проаналізувати тенденції розвитку пізнавального туризму в Італії;
- дослідити вплив історико-культурних цінностей на розвиток пізнавального туризму;
- оцінити попит на пізнавальний туризм Італії;
- запропонувати основні напрями розвитку пізнавального туризму Італії з використанням історико-культурних ресурсів;
- обґрунтувати запропоновані заходи.

Інформаційна база дослідження: законодавчі та нормативні акти України, матеріали Державної служби статистики України, наукові праці зарубіжних та вітчизняних авторів, матеріали науково-практичних конференцій, аналіз офіційних сайтів туристичних ресурсів Італії та України, програм розвитку туризму.

Апробація результатів роботи та публікації. Результати проведеного дослідження, що лягло в основу цієї кваліфікаційної роботи, були представлені під час Всеукраїнської науково-практичної конференції «Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі», яка проходила 12 березня 2025 року в Києві в НУБіП України (Додаток А).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Пізнавальний туризм: сутність та роль у розвитку національного туризму

Туризм є важливою складовою сучасного світу, що охоплює різноманітні види подорожей та відпочинку. Він є рушійною силою глобальної економіки та найбільшим сектором доходу безлічі країн. Особливе місце займає культурно-пізнавальний туризм, який орієнтований на поглиблення знань про історичну, культурну та природну спадщину регіону. Це одна з найпоширеніших категорій туризму, тому що є можливість не лише відпочити фізично, а й насити своє духовне бажання до розвитку та обізнаності.

Існує велика кількість формулювань, які демонструють сутність поняття культурно-пізнавального туризму. Давайте розглянемо їх більш детально та проаналізуємо.

Таблиця 1.1

Визначення поняття культурно-пізнавального туризму

Автор	Дефініція
Культурний туризм	
Мурза А.В. [14]	подорожі людей своєю країною і зарубіжними країнами з метою ознайомлення з пам'ятниками культури, місцевими традиціями, звичаями, образом і стилем життя
Насідка А.О. [15]	полягає у відвіданні історичних або культурних визначних місць, а основна мета таких подорожей – ознайомлення з пам'ятками історії, архітектури, мистецтва, природними та етнічними особливостями місцевості, сучасним життям народу тощо. С
Міжнародна рада з охорони пам'яток та історичних місць (ICOMOS) [13]	це вид подорожей, головною метою якого є знайомство з культурною спадщиною та сучасним культурним життям певного місця, включаючи його природу, традиції, побут місцевих жителів, мистецтво та розваги.

<i>Продовження таблиці 1.1</i>	
Всесвітня туристична організація (WTO) [3]	охоплює подорожі, головною метою яких є задоволення культурних інтересів, включаючи навчальні візити, відвідування вистав та культурних турів, поїздки на фестивалі та інші культурні події, огляд пам'яток, дослідження природи, фольклору, мистецтва та паломництво.
Пізнавальний туризм	
Величко В. В. [2]	вид міжнародного туристського подорожі, пов'язаний зі знайомством туристів з національними культурами, звичаями, традиціями в країні перебування.
Никига О. [17]	подорожі спрямовані на те, щоб туристи могли познайомитися з культурними об'єктами та ресурсами обраної локації, причому екскурсійне обслуговування є ключовою формою їхньої організації.
Бакало Н., Шрамко К. [1]	подорожі, що здійснюються як у власній країні, так і за її межами, з основною метою дослідження історичної та культурної спадщини, місцевих традицій, звичаїв і способу життя.
Поліщук Н.Р., Долинська О.О. [20]	це вид екскурсійного туризму, в якій люди мандрують з метою поглиблення знань про культуру та історію інших народів, релігію, мистецтво, архітектуру, кухню тощо.

Джерело: систематизовано автором

Автори (Мурза А.В., Насідка А. О.) підкреслюють, що культурний туризм пов'язаний з подорожами та відвідуванням місць, які мають культурну або історичну цінність. Всесвітні організації наголошують, що головною метою є збагачення знань про країну або регіон та поглиблення в звичаї. Також вони відображають ключові концепції цієї галузі. Визначення пізнавального туризму автори (Величко В.В., Никига О., Поліщук Н.Р., Долинська О.О. Бакало Н., Шрамко К.) акцентують увагу на ознайомленні пам'ятниками, місцевими подіями та іншими цінності високої чи народної культури, використовуючи при цьому екскурсійний метод. На основі цих висновків можемо сформулювати

загальне визначення.

Культурно-пізнавальний туризм – це вид туризму, головною метою якого є поглиблення знань та ознайомлення туристів з історичною, культурною, архітектурною, природною, етнічною та соціально-побутовою спадщиною країн та регіонів, їх традиціями та сучасним способом життя, що реалізується через подорожі з відвідуванням пам'яток та участю в екскурсійних програмах.



Рис 1.1. Еволюція становлення культурно-пізнавального туризму.

Сформовано автором

Виділяють декілька рівнів пізнавального туризму, залежно від мотивації та

захопленню культурою.

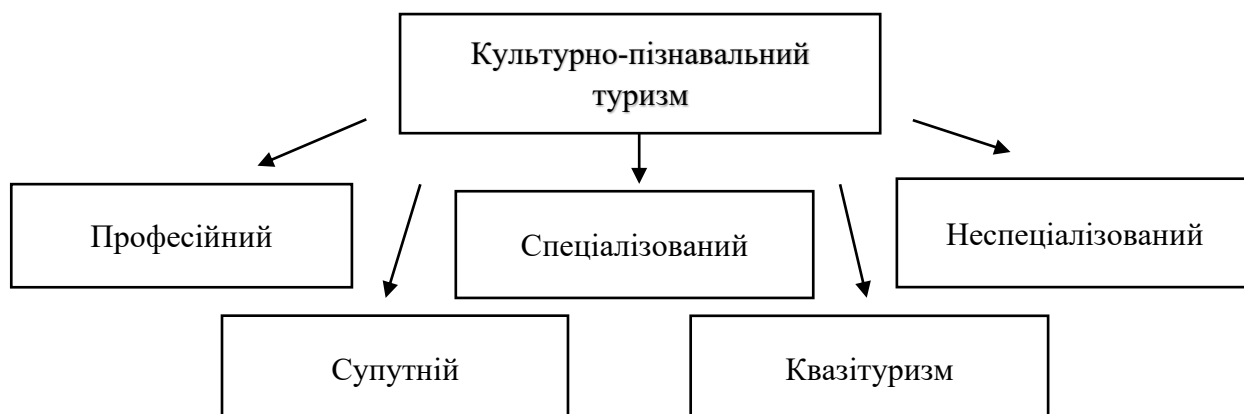


Рис. 1.2. Рівні пізнавального туризму. Розроблено на основі джерела [5]

Професійний: пов'язаний з діловими подорожами, де об'єкти оглядаються з науковою метою або відвідуються у професійних цілях.

Спеціалізований: головна мета полягає у задоволенні культурних інтересів та ознайомленні з спадщиною світової історії.

Неспеціалізований: дослідження цінностей культури країни є важливою складовою подорожі, але не головною ціллю.

Супутній: дослідження культурних благ є доповненням до основної програми. Наприклад, ділова поїздка може бути доповнена екскурсією або відвіданням музею.

Квазітуризм: місцеві жителі здійснюють подорожі у межах території проживання для ознайомлення з культурними благами регіону [5].

Отже, пізнавальний поділяється на рівні залежно від мотивації туристів. Кожен з них відіграє значну роль у розвитку туристичної індустрії, підвищенні культурної обізнаності та формуванні позитивного іміджу країни. Завдяки цим рівням нам легше визначити потреби подорожуючого та сформуванню необхідний туристичний продукт.

З давніх часів люди любили подорожувати: спочатку за необхідністю, згодом через бажання відкривати нове. Саме це призвело до появи різнобічних підвидів культурно-пізнавального туризму. Дослідження закордонних вчених показують, що мандрівники все частіше обирають вузькі та спеціалізовані напрямки турів.

Сучасні напрямки культурно-пізнавального туризму

Напрямок	Трактування
Історичний	Зосереджений на вивченні минулого, відвідування історичних місць та пам'яток.
Подієвий	Охоплює відвідання культурних подій, таких як фестивалі, карнавали, свята.
Релігійний	Спрямований на вивчення релігій, відвідування святих місць та ознайомлення з обрядами.
Археологічний	Передбачає відвідування археологічних розкопок та місць пов'язаних з ними.
Етнографічний	Фокусується на вивченні культури та традицій різних народів.
Етнічний	Включає подорожі на батьківщину та знайомство з культурною спадщиною.
Екологічний	Поєднує інтерес до природи та культури, відвідування природно-культурних об'єктів.

Розроблено на основі [15]

Культурно-пізнавальний туризм виконує ряд важливих функцій, які можна розділити на основні категорії.

Освітня функція. Надання можливості туристам дізнатися більше про історію, культуру, традиції та мистецтво різних народів. Сприяння науковим дослідженням шляхом залучення до відвідування музеїв, археологічних розкопок та інших об'єктів. Формування поваги до культурного різноманіття та поширення інформації серед широкої аудиторії.

Соціальна функція. Стимулює розвиток місцевих громад. Сприяння спілкуванню та взаєморозумінню між особами різних національностей та інтеграція людей з обмеженими можливостями та інших соціальних груп.

Економічна функція. Залучення інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури. Створення нових робочих місць у сфері обслуговування, транспорту, готельного бізнесу та ін. Збільшення доходів населення.

Рекреаційна функція. Надання можливості відпочити та розважитися, насолоджуючись культурними подіями та заходами. Отримання позитивних емоцій та вражень від знайомства з новими традиціями. Може допомогти зняти стрес та напругу, що накопичилися в повсякденному житті.

Культурна функція. Залучення коштів на реставрацію та збереження історичних пам'яток. Підтримка народних промислів, свят та обрядів.

ПТ є важливим інструментом для розвитку культури, економіки та суспільства. Він сприяє збереженню культурної спадщини, міжкультурному діалогу та створенню нових можливостей для місцевих громад.

Кожний вид туризму має свою особливу цільову аудиторію. Аналізуючи її можна зрозуміти потреби клієнтів та правильно підібрати туристичний продукт. Споживачі поділяються на дві основні групи: покупці та ті, хто впливає на їх рішення. Наприклад, у туристичній сфері, туристи є безпосередніми покупцями, а турагенти – ті, хто впливають на рішення. Визначення цільової аудиторії потребує ретельного аналізу та врахування багатьох факторів. Ігнорування будь-якого з них може призвести до утворення помилок та знизити ефективність маркетингу.

Наступні аспекти допоможуть забезпечити досягнення мети.

Демографічні дані. Вони створюють початковий профіль аудиторії, включаючи вік, стать, соціальний статус та ін.

Психографічні характеристики. Інтереси аудиторії, цінності та способи життя, які дозволяють встановити глибокий зв'язок.

Гелокаційні дані. Оптимізують бюджет, зосереджуючі зусилля на регіонах, де продукт або послуга є популярними [26].

Відвідувачі, які цікавляться ПТ можна поділити на:

- цілеспрямовані культурні туристи: для них досвід є головною метою подорожі. Вони мають глибокі знання і активно відвідують місця, що мають пізнавальну цінність;

- екскурсійні туристи: культурне збагачення є основною причиною їх подорожі, але вони не заглиблюються в тему так сильно, як попередні;

- нерегулярні культурні туристи: подорожують з інших причин, але отримують культурний досвід під час поїздки;

- випадкові культурні туристи: пізнавальний туризм є для них слабким мотивом. Вони отримують поверхневий досвід і не проводять глибокого аналізу.

- недбалі культурні туристи: вони не подорожують з культурних міркувань, але беруть участь у деяких заходах і отримують поверхневі враження [29].

Покоління міленіалів (1981-1996) в переважній своїй більшості є споживачами культурно-пізнавального туризму. Вони шукають подорожі, які відповідають їх цінностям: екологічність, справжність та соціальна відповідальність. Культурно-пізнавальний, з його історичними загадками, має потенціал зацікавити цю аудиторію [33].

Сучасні індивідуальні мандрівники прагнуть свободи у плануванні маршрутів та насолоджуються подорожами у власному темпі. Їхньою мотивацією є самопізнання, вихід за межі комфорту та зустрічі з однодумцями. Для залучення цієї аудиторії варто пропонувати гнучкі маршрути, місця для культурного збагачення та роздумів, а також історичні об'єкти, що спонукають до мислення [33].

Сімейний відпочинок – це можливість для всіх членів родини відпочити та провести час разом. Сім'ї шукають комфортне житло, зручну інфраструктуру та різноманітні розваги. Часто вони обирають культурно-пізнавальні подорожі для розвитку дітей. Тому сім'ї є важливою цільовою аудиторією для ПТ [33].

Любителі пригод – це ті, хто постійно прагне вийти за межі звичної рутини. Їх приваблюють нестандартні подорожі, екзотичні країни та нові напрямки. Зацікавити їх можна історичними пам'ятками, розташованими популярними туристичними маршрутами [33].

Зараз ключовою аудиторією стає молодь. Вона швидко адаптується до трендів, обирає нетрадиційні форми подорожей та готова відкривати для себе не популярні маршрути пізнавального туризму. Це не тільки сприяє розвитку місцевої економіки, а й підвищує пізнаваність туристичної спадщини завдяки соціальним мережам.

Точне визначення цільової аудиторії є основою успіху будь-якого бренду. Розуміння потреб, бажань та мотивації різних груп клієнтів дозволяє розробляти індивідуальні стратегії просування, що сприяють збільшенню продажів і

підвищенню лояльності клієнтів.

1.2 Особливості використання історико-культурних цінностей у формуванні пізнавального туризму

Історичні об'єкти, які ми можемо спостерігати по всьому світу, не можуть бути культурно-пізнавальними ресурсами, так як повинні мати певні характеристики. Вони мають пройти наукове дослідження, яке обґрунтує їх суспільну цінність та доведе приналежність до рекреаційної групи. Пам'ятки, які мають привабливість для туристичної діяльності, оцінюються особливо та відіграють провідну роль. Важливо, щоб ці об'єкти могли задовольнити культурні потреби туристів. Окрім традиційних ресурсів до пізнавальної категорії можна віднести сучасні місця проживання людей, які відображають побут та ремесла.

Культурно-історичні об'єкти можуть бути об'єднані в групи. Це значено спрощує процес реставрації та догляду, а також час надання екскурсійних послуг. Також одиниці пізнавальної спадщини поділяють на організовані (потребують час для детального огляду, є головною метою) та неорганізовані (є фоном або не основною цілю).

Таблиця 1.3

Розподіл об'єктів культурно-пізнавально туризму за видами

Види	Найменування
Пам'ятки історії	Будівлі, споруди, пам'ятні місця, пов'язані з кількістю історичних подій
Пам'ятки археології	Городища, кургани, залишки стародавніх поселень, укріплень, предмети, місця поховань
Пам'ятки містобудування і архітектури	архітектурні ансамблі, залишки стародавньої забудови, споруди цивільної, промислової, культової архітектури.
Пам'ятки мистецтва	Твори монументального, образотворчого, декоративно-прикладного мистецтва
Документальні пам'ятки	Акти органів державної влади, письмові документи, архіви, записи фольклору та музики Рідкісні друковані видання

Розроблено на основі джерела [2]

Виділяють такі властивості туристичних ресурсів: атрактивність; доступність; ступінь вивченості; видовищність; запас; міскість; способи використання [8].

У зв'язку з активним розвитком туризму в усьому світі, останнім часом спостерігається зміна ставлення до культурної спадщини. З 1972 року матеріальна культурна спадщина охоплює три основні типи об'єктів: пам'ятки, комплекси, визначні місця.

Пам'ятки культурної спадщини – це одиниці, що мають виняткову цінність для історії, науки або мистецтва. До них відносяться наступні категорії: архітектурні споруди, скульптури, живопис, археологія, написи та малюнки, печерні поселення та ін. Наприклад, елементами ПТ можуть бути: релігійні споруди, археологічні знахідки, цивільна архітектура, етнографічні об'єкти та народні ремесла [11].

Релігійні споруди є найдавнішими пам'ятками, які збереглися до наших часів. Ними виступають храми, собори, монастирі, мечеті та інші об'єкти, які пов'язані з релігією. Вони приваблюють різних туристів (релігійні люди, паломники, любителі історії) з усіх куточків планети. Метою відвідування може бути проста цікавість, участь в богослужіннях, проживання в святих місцях [2].

Цивільна архітектура може бути представлена міськими будівлями, заміськими садибами, театрами, музеями, університетами, бібліотеками, садово-парковими комплексами та ін. Часто вона виступає найважливішим елементом оглядової екскурсії містом. Туристів манять безліч цікавих стилів та форм споруд, які несуть не тільки історичну цінність, а й естетичну насолоду та дають можливість зробити різнобарвні фото [2].

Археологічні пам'ятки – це залишки минулих епох, що дійшли до наших днів. Вони включають в себе давні поселення, кургани, розкопки, кам'яні могили, городища та некрополі. Вони висвітлюють минуле суспільства та притягують любителів історії, старовини, культурної спадщини [2].

Етнографічними об'єктами виступають музейні колекції, що показують національний одяг, предмети та характерні мізансцени, та живі поселення, які

мають традиційний спосіб життя. Туристів приваблює можливість познайомитися з народними обрядами, святами, звичаями та насолодитися знайомством з унікальною культурою [2].

Народні ремесла є витвором мистецтва, які зародилися ще з часів античності. До них відносимо ткацтво, вишивка, ковальство, різьблення по дереву, гончарство та ін. Ремесла можуть виступати не тільки фізичними об'єктами, а й нематеріальними (фольклор, усна творчість, пісні) [2].

Культурні-комплекси – це група архітектурних споруд, які в поєднанні з навколишнім ландшафтом мають виняткову історичну, наукову або мистецьку цінність. Природа є невід'ємною частиною культурних комплексів. У містах це можуть бути парки, сквери та озеленення, у сільській місцевості – присадибні ділянки, ландшафтні дизайни, сади. Знищення таких об'єктів негативно впливає на привабливість культурного місця. Як і пам'ятки, культурні комплекси мають такі характеристики, як надійність та місткість. Перше ми визначаємо їх стійкість до туристичних навантажень та відповідністю цінностями, які є в суспільстві. Місткість формуємо на основі тривалості, протягом якої туристи сприймають інформацію. Цей показник залежить від привабливості об'єкта та індивідуальних психофізіологічних можливостей людини [11].

Унікальні місця – це об'єкти, створені людиною або в результаті спільної творчості людини та природи, а також території, що включають археологічні знахідки, які є цінними з точки зору історії, естетики, етнології або антропології [11].

Ще однією важливою характеристикою культурного комплексу є його здатність зберігати актуальність для відвідувачів. Це означає, що об'єкт повинен підтримувати інтерес протягом тривалого часу. Наприклад, такі об'єкти світового значення, як єгипетські піраміди або антична архітектура, не втрачають своєї привабливості з часом. Хоча сучасні технології дозволяють отримати інформацію з різних джерел, побачити місце в 3Д або навіть відвідати віртуально, проте особиста присутність залишається найбажанішим способом дослідження. Тому регіони, які прагнуть залучити більше туристів, повинні

активно розвивати культурні програми, а також ефективно просувати свій потенціал [14].

1.3. Методичні підходи до розвитку пізнавального туризму на макрорівні

Розвиток пізнавального туризму на макрорівні вимагає застосування комплексного методичного підходу, який включає багато ключових елементів, які вимагають ретельного аналізу та дослідження.

Вимоги до методів дослідження, які висувують науковці, включають: ясність, цілеспрямованість, систематичність, ефективність, надійність, економічність. Завдяки цим характеристикам ми можемо отримати достовірні висновки. Класифікувати методи наукового дослідження можна на три основні групи. Філософські методи застосовують концепції, принципи та закони філософії. Наприклад, використання діалектики або різних напрямків, таких як позитивізм чи постмодернізм. Загальнонаукові методи – це універсальні підходи, хоча й з певними модифікаціями. До них належать моделювання, аналіз, синтез, індукція та дедукція. Конкретно наукові або спеціальні методи застосовуються в наукових дисциплінах з схожими об'єктами. Найпопулярніші методи дослідження: описовий, картографічний, історичний, статистичний, експедиційний, порівняльний та ін. [16].

Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу території формується на виявлення та інвентаризація наявних туристичних ресурсів (природні, історико-культурні, етнографічні тощо) та аналіз стану, привабливості та доступності туристичних об'єктів, інфраструктури (транспорт, засоби розміщення, заклади харчування тощо).

Культурно-історична цінність регіону визначається концентрацією історичних та культурних об'єктів, їх міжнародною, національною або місцевою значимістю, часом, необхідним для їхнього вивчення, а також станом збереження та сучасним рівнем привабливості. Інформаційна доступність оцінюється через правове регулювання роботи ЗМІ, розвиток медіа-сектора, інформаційних систем та технологій, можливості використання цифрових

ресурсів туристичними компаніями та наявність спеціалізованих інформаційних продуктів для туризму. Інвестиційна привабливість визначається обсягом внутрішніх та іноземних інвестицій, розміром прямих та портфельних інвестицій, кількістю інвестиційних угод, вкладеннями в будівництво та модернізацію туристичних об'єктів, інвестиціями у розвиток інфраструктури та кількістю нових підприємств, створених завдяки інвестиціям. Ефективність управління оцінюється через законодавчі акти, що регулюють туристичну діяльність, показники ефективності управлінських рішень, швидкість реагування управлінського апарату, а також стабільність та надійність системи управління. Екологічна ситуація оцінюється через рівень забруднення повітря, води, ґрунтів, електромагнітне випромінювання, шум та радіацію [27].

Для оцінки розвитку культурно-пізнавального туризму на макторівні використовуються різні економічні показники та розрахунки:

Валовий внутрішній продукт. ВВП є основним показником економічної активності країни. Він вимірює загальну вартість всіх товарів і послуг, вироблених у країні за певний період. У контексті туризму ВВП допомагає оцінити, яким чином туристичний сектор впливає на загальну економіку, а також як він сприяє зростанню національного доходу.

$$\text{ВВП} = C + I + G + (X - M), \quad (1.1)$$

Де:

C — споживчі витрати;

I — інвестиції;

G — державні витрати;

X — експорт;

M — імпорт.

Дохід від туризму. Цей показник визначає, скільки грошей туристи витрачають у країні. Він є критично важливим для розуміння економічного внеску. Високий дохід від галузі свідчить про потужність індустрії та її здатність генерувати фінансові ресурси, які можуть бути використані для розвитку

інфраструктури та соціальних програм.

$$\text{Дохід від туризму} = \text{Кількість туристів} \times \text{Середні витрати на одного туриста} \quad (1.2)$$

Зайнятість у туристичному секторі. Відображає частку населення, зайнятого в туристичній сфері. Він важливий для оцінки впливу на ринок праці. Високий рівень зайнятості свідчить про те, що сектор є значним джерелом робочих місць, що допомагає зменшити безробіття і підвищити рівень життя населення.

$$\text{Зайнятість} = (\text{Кількість зайнятих у туризмі} / \text{Загальна робоча сила}) \times 100\% \quad (1.3)$$

Коефіцієнт мультиплікатора. Показує, наскільки збільшення інвестицій у туризмі може вплинути на загальний економічний ріст. Це важливий індикатор для інвесторів і урядів, оскільки він демонструє потенціал галузі для стимулювання інших секторів економіки. Високий мультиплікатор означає, що інвестиції можуть мати значний позитивний вплив.

$$\text{Мультиплікатор} = \text{Зміна ВВП} / \text{Зміна інвестицій у туризм} \quad (1.4)$$

Середні витрати. Допомагає зрозуміти скільки в середньому витрачає кожен турист під час перебування в країні. Він важливий для планування та оцінки економічних вигод. Знання середніх витрат дозволяє розробляти стратегії маркетингу та ціноутворення, а також сприяти створенню пропозицій, які відповідають потребам туристів.

$$\text{Середні витрати} = \text{Загальні витрати туристів} / \text{Кількість туристів} \quad (1.5)$$

Формула для розрахунку економічного внеску туризму:

$$\text{Економічний внесок} = \text{Дохід від туризму} + \text{Витрати на інфраструктуру} + \text{Створення робочих місць} \quad (1.6)$$

Формула для визначення ефективності туризму:

$$\text{Ефективність} = (\text{Дохід від туризму} / \text{Загальні витрати на туризм}) \times 100\% \quad (1.7)$$

Формула для оцінки впливу туризму на ВВП:

$$\text{Вплив на ВВП} = (\text{Дохід від туризму} / \text{ВВП}) \times 100\% \quad (1.8)$$

Методичні підходи до розвитку пізнавального туризму на макрорівні повинні базуватися на комплексному аналізі економічних показників та використанні відповідних формул для оцінки ефективності. Це дозволить створити стійку та конкурентоспроможну туристичну індустрію, що сприятиме зростанню економіки та підвищенню якості життя населення.

Формування стратегії розвитку пізнавального туризму починається з визначення пріоритетних видів та напрямів пізнавального туризму. Наступний крок – розробка цілей, завдань та заходів щодо розвитку та узгодження стратегії з іншими стратегічними документами регіонального та національного рівня. Створення ефективної системи управління розвитком пізнавального туризму базується на налагодженні міжвідомчої координації та співпраці зацікавлених сторін. Розподіл повноважень, відповідальності та фінансових ресурсів між суб'єктами управління є ключовим аспектом успіху. Також розробка комплексу маркетингових заходів та формування конкурентоспроможного туристичного продукту сприяє просуванню туристичних пропозицій на вітчизняному та міжнародному ринках. Впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, розвиток цифрових інструментів для управління туристичними потоками зараз найпопулярніший метод просування в світі.

Реалізація окреслених методичних підходів дасть змогу сформувати цілісну, ефективну та конкурентоспроможну систему розвитку пізнавального туризму на макрорівні, що забезпечить зростання туристичних потоків, створення нових робочих місць та підвищення соціально-економічного

добробуту регіонів.

Комплексне використання інструментів маркетингу гарантує розвиток пізнавального туризму на всіх рівнях. Комунікації для формування привабливого іміджу дестинації та залучення цільової аудиторії стимулює постійний потік туристів в країну. Реклама, брендинг та соціальні мережі є ключовими елементами цього процесу.

Метою реклами є інформування потенційних мандрівників про наявні культурно-історичні ресурси, туристичні продукти та послуги, спеціальні пропозиції та події. Ще однією функцією є стимулювання первинного інтересу та спонукання до планування подорожі. Методичні підходи в рекламі є невідмінною її частиною. Давайте розглянемо їх детальніше.

Традиційні медіа. Це сама та реклама, яку ми бачимо найчастіше: на телебаченні, радіо, друковані видання, білборди, сітілайти. Важливо адаптувати повідомлення та вибір каналів до цільової аудиторії пізнавальних туристів. Цифрова реклама полягає у використанні онлайн-платформ для таргету. Сюди входить пошук (Google Ads), який залучає користувачів, які активно шукають інформацію про подорожі та культурні пам'ятки в конкретному регіоні. Відеореклама підвищує впізнаваність бренду та розширює знання про тематичні вебсайти, портали, новини. Соціальні мережі показують гарну картинку та контент орієнтований на потенційних клієнтів, які захоплюються сферою історії, мистецтва, подорожей. Співпраця з блогерами та інфлюенсерами допомагають у створенні автентичного контенту та охоплення більшої аудиторії.

Брендинг формує унікальність та імідж країни як привабливої дестинації для пізнавального туризму. Створює емоційний зв'язок з майбутніми мандрівниками та відмінності від Брендінг допомагає визначити ключові цінності, асоціації та унікальні особливості країни у контексті культурного туризму. Створення візуальної ідентичності полягає в розробці логотипу, слогану, кольорів, фото та відеоматеріалів, що найглибше розкривають сутність бренду. Саме цей інструмент впливає на позитивне враження від країни через автентичність та гостинність місцевого населення.

Соціальні мережі дозволяють напряду взаємодіяти з майбутніми туристами, формувати спільноти зацікавлених осіб, стимулювати обмін досвідом та рекомендаціями. Регулярне публікування якісного та цікавого контенту демонструє всю красу, яскравість та атмосферу, залучаючи аудиторію до спілкування через коментування, опитування, прямі ефіри, репости, використання хештегів.

Італія є яскравим прикладом успішного використання всіх засобів для розвитку пізнавального туризму. Національний бренд «Italia.it» активно просуває країну як унікальну державу з багатим культурним та історичним спадком. Кампанії часто зосереджуються на головних символах (Венеція, Флоренція, Піза, Рим), епосі Відродження, гастрономії та мальовничих ландшафтах з культурним надбанням (Тоскана, Уффіці, Сицилія). Італійське національне агентство з туризму проводить масштабні рекламні акції на міжнародних ринках, використовуючи різноманітні інструменти маркетингу. Акцент робиться на великому виборі культурних пропозицій, від античних руїн до модернізованих галерей. Офіційні сторінки «Italia.it» та регіональних туристичних організацій активно ведуться на платформах Instagram, Facebook, YouTube, Pinterest. Публікується високоякісний візуальний контент, історії про фестивалі та події, поради та інструкції для мандрівників, прямі трансляції. Співпрацюють з італійськими та міжнародними тревел-блогерами дозволяю охопити всі можливі спектри та представити країну через призму своїх вражень та досвіду.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

2.1. Оцінка попиту на пізнавальний туризм Італії

Італія, розташована на півдні Європи, має вигідне географічне положення: омивається п'ятьма морями та межує з Францією, Швейцарією, Австрією, Словенією. Країна вабить мандрівників своїми дивовижними ландшафтами – від величних альпійських гір до лазурних берегів, від гамірних історичних центрів до спокійних сільських куточків. Завдяки лагідному клімату, насиченій подіями історії та розвиненій інфраструктурі, Італія заслужено посідає одне з перших місць в пізнавальному туризмі на світовій арені [10].

Таблиця 2.1

Області Італії та проблеми їх розвитку

№	Назва області, столиця	Туристичні центри	Проблеми, які стримують розвиток
1	Абруццо (Л'Аквіла)	Пескара, К'еті, Л'Аквіла, Терамо	господарські; соціальні; економічні; екологічні
2	Апулія (Барі)	Барі, Лечче, Таранто	інфраструктурні; епідеміологічні; злочинність
3	Базиліката (Потенца)	Матера, Потенца	економічні; соціальні; екологічні
4	Валле-д'Аоста (Аоста)	Аоста	господарські; сепаратизм; злочинність; екологічні
5	Венето (Венеція)	Венеція, Падуя, Верона	сепаратизм; злочинність; екологічні; інфраструктурні
6	Емілія-Романья (Болонья)	Болонья, Модена, Парма, Римміні	епідеміологічні; інфраструктурні; екологічні; злочинність
7	Калабрія (Катанзаро)	Катанзаро, Козенца, Кротоне, Реджо-Калабрія, Вібо-Валентія	господарські; соціальні; інфраструктурні; екологічні
8	Кампанія (Неаполь)	Ачері, Неаполь, Беневенто, Казерта, Салерн	інфраструктурні, соціальні; епідеміологічні; злочинність; вплив мігрантів

<i>Продовження таблиці 2.1</i>			
9	Лаціо (Рим)	Рим, Фрозіноне, Латина, Рісті, Вітербо	епідеміологічні, злочинність; екологічні; управлінські
10	Лігурія (Генуя)	Ольястра, Ольбія- Темпіо, Орістано, Сассарі. Генуя	соціальні, екологічні; інфраструктурні; злочинність
11	Ломбардія (Мілан)	Бергамо, Брешія, Комо, Кремона, Лекко, Лоді, Мантуя, Мілан, Монца, Бріанца, Павія,	епідеміологічні, інфраструктурні; екологічні; наплив мігрантів
12	Марке (Анкона)	Анкона, Асколі-Пічено, Фермо, Мачерата, Пезаро-с- Урбіно	господарські, інфраструктурні; злочинність; сезонність
13	Молізе (Кампо- Бассо)	Кампо-Бассо, Ізернія	соціальні, екологічні; соціальні
14	П'ємонт (Турин)	Алессандрія, Асті, Б'єлла, Кунсо, урив, Новара, Турин, Вербано-Кузіо- Оссола, Верчеллі	епідеміологічні, соціальні; господарчі; злочинність
15	Сардинія (Кальярі)	Кальярі, Карбонія- Іглесіас, Медіо- Кампідано, Нуоро	екологічні; інфраструктурні; наплив мігрантів; злочинність
16	Сицилія (Палермо)	Агрідженто, Кальтанісетта, Катанія, Енна, Мессіна, Палермо	політичні; епідеміологічні; господарські; соціальні; злочинність
17	Тоскана (Флоренція)	Флоренція, Лукка, Ареццо, Сієна, Ліворно, Масса-Каррара, Піза, Пістоія, Прато	сепаратизм; злочинність; екологічні; епідеміологічні

<i>Продовження таблиці 2.1</i>				
18	Трентіно-Альто-Адідже (Болзано)	Больцано, Тренто	інфраструктурні; злочинність; сепаратизм; екологічні	
19	Умбрія (Перуджа)	Перуджа, Терні	економічні; злочинність; іммігрантів	соціальні; наявність
20	Фріулі-Венеція-Джулія (Трієст)	Горіція, Порденоне, Трієст, Удіне	епідеміологічні; злочинність; іммігрантів	екологічні; наявність

Джерело: створено на основі [19]

Італійські регіони вирізняються різноманітними туристичними напрямками, кожен з яких має свою унікальну спеціалізацію. Серед них можна виділити історичний, культурний, гірський, гастрономічний та багато інших. Проте, італійська туристична галузь стикається з низкою проблем, які потребують комплексного вирішення. Серед основних викликів можна виділити економічні труднощі, екологічні проблеми, соціальні питання, недостатній розвиток інфраструктури, а також зростання рівня злочинності та епідеміологічні ризики. Зв'язок туристичними спеціалізаціями та існуючими проблемами свідчить про необхідність застосування стратегій, які мають врахувати не тільки унікальність територій, але й містити пропозиції вирішення наявних викликів.

Італія активно просуває програму "Будинки за 1 євро" серед туристів. Вона направлена на розвиток сільських територій та відновлення життя у маловідомих провінціях. У вас є можливість купити за символічну плату (1 або 2 євро) старовинний будинок, який необхідно буде відремонтувати. Ви зобов'язані прожити там якийсь час та відновити територію. Натомість отримаєте пільги на сплату податків та інших зборів. Цей проект активно просувається в соціальних мережах та на офіційних порталах пов'язаних з туризмом. Влада залучає інфлюєнсерів, блогерів та відомих людей для промоції.

Ось перелік муніципалітетів в Італії, де українці можуть придбати будинок за символічну ціну 1 євро:

На півночі Італії: П'ємонт: Альбуньяно, Боргомеццавалле, Каррега-Лігуре; Валле-д'Аоста: Оуасе; Ломбардія: Мілан; Лігурія: Піньоне, Тріора.

У центральній Італії: Тоскана: Верджемолі, Монт'єрі; Марші: Кантіано, Монте-Урбано; Лаціо: Маєнца, Патріка, Санті-Козма-е-Дам'яно; Абруццо: Казолі, Лечче ней Марсі, Пенне, Пратола Пелінья, Санто-Стефано-ді-Сассаніо.

На півдні Італії: Молізе: Кастропіньяно; Апулія: Кандела, Біккарі, Капраріка ді Лечче, Таранто; Базиликата: Лауренцана, Ачеренца, К'яромонте, Рипакандіда; Кампанія: Альтавілья Салентина, Біссачія, П'єтрамелара, Теора, Зунголі; Калабрія: Альбідона, Белькастро, Бізіньяно, Чинкуефронді, Майда, Розе.

На Сардинії: Боннанаро, Оллолай, Романа, Монтреста, Нульві.

На Сицилії: Аугуста, Бівона, Калатафімі Сегеста, Кальтаджироне, Каммарата, Канікатті, Кастель ді Лучія, Кастільоне ді Сицилія, Корлеоне, Гангі, Гротте, Італа, Леонфронт, Муссомелі, Пальма Монтекьяро, Петралія Сопрана, Петтінеус, П'яцца Армеріна, Ракальмуто, Регалбут, Салемі, Самбука ді Сицилія, Сан Катальдо, Сан-П'єро Патті, Сапонара, Серрадифалько, Терміні Імерезе, Троїна, Вальгуарнера Каропепе.

Ініціатива спрямована на реставрацію помешкань та залучення нових мешканців до малозаселених регіонів. Місцеві організації отримують новий поштовх до розвитку та співпраці. Можливість отримати дешеве житло приваблює туристів, що створює додатковий дохід та не витрачає кошти з бюджету країни.

Туризм, як складне та багатогранне соціально-економічне явище, охоплює широкий спектр подорожей, кожна з яких має свою специфічну мотивацію та організаційну форму. Розуміння різноманітності туристичних потоків є ключовим для ефективного управління туристичною галуззю, розробки цільових продуктів та задоволення потреб різних категорій мандрівників. Класифікація туризму за метою поїздки та видами дозволяє систематизувати цей складний феномен, виокремити основні рушійні сили, що спонукають людей до подорожей, та визначити характерні риси різних типів туристської діяльності.

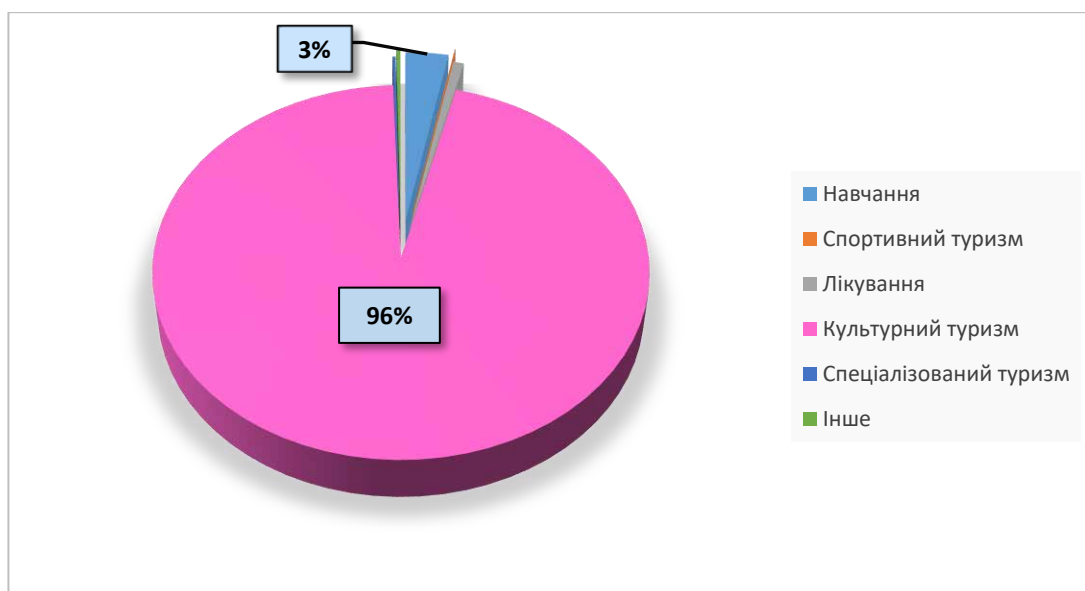


Рис. 2.1. Розподіл туристів за метою поїздки та видами туризму у 2020 році.

Розроблено автором на основі [4]

Діаграма чітко показує, що культурний туризм є абсолютно переважаючим мотивом для відвідування Італії. Країна сприймається іноземними туристами перш за все як центр світової культури та історії. Навчальний туризм, хоч і присутній, займає дуже невеличку нішу в загальному потоці туристів, порівняно з культурним сектором. Зважаючи на майже повну домінацію пізнавального туризму, можна припустити, що інші види (пляжний, гірськолижний, гастрономічний, діловий тощо) мають значний потенціал для розвитку. Проте, на момент представлених даних, їхня частка є несуттєвою у порівнні з домінуючим сектором.

Щороку мільйони іноземних туристів відвідують Італію, прагнучи насолодитися її історичними пам'ятками, живописними містами та унікальними традиціями. Серед туристів, які обирають цю дестинацію для подорожей, можна виділити кілька країн. Вони не лише досліджують знамениті об'єкти, але й занурюються в місцеву культуру, гастрономію та стиль життя. У цьому контексті важливо провести аналіз, яка кількість приїжджих, частота подорожей, мотивація та вплив на економіку та культурне життя.

Німеччина є значною частиною іноземних туристів, значно випереджаючи інші представлені країни. Франція, Швейцарія та Австрія, які є сусідніми з

Італією, також демонструють значну кількість відвідувачів. Географічна близькість та розвинені транспортні зв'язки є важливими факторами, що впливають на цю тенденцію. Велика Британія також не відстає від попередніх країн, незважаючи на острівне розташування.

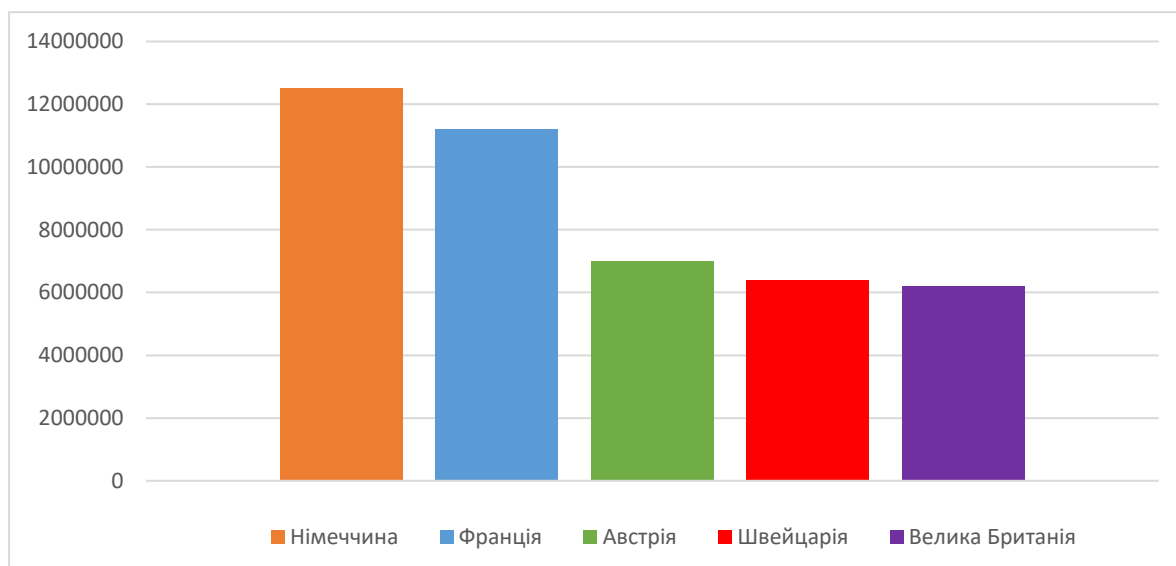


Рис. 2.2. Іноземні туристи, які найчастіше відвідують Італію. Розроблено на основі джерела [22]

У третьому кварталі 2024 року спостерігалось зниження туристичної активності. Загалом, порівняно з аналогічним періодом 2023 року, кількість потоків туристів скоротилася на 3,6%, а кількість ночівель на 1,4 %. У липні, коли було зафіксовано 17,5 мільйонів ночівель, відбулося зниження на 7,7% та 0,8% відповідно, порівняна з 2023 роком. Серпень, який є найбільш популярним місяцем для туризму, також показав спад: 18 мільйонів приїздів та 81 мільйон ночівель, що становить подібну тенденцію: зниження на 1,2% для приїздів та 1,5% для ночівель. Однак, порівняно з 2023 роком, кількість іноземних туристів зросла на 4,5% в липні, на 3,0% в серпні та на 0,2% у вересні. На противагу цьому, кількість італійських туристів зменшилася протягом усіх трьох місяців. У серпні, місяць з найбільшою кількістю туристів, готелі та інші місця розміщення прийняли на 2,6 мільйона менше місцевих туристів, ніж у серпні 2023 року, що становить зниження на 5,7% [30].

У січні спостерігалось скорочення туристичного потоку до Італії: кількість прибуттів склала 2 526 912, що менше за грудневий показник 2024 року (2 598

392). За період з 1990 по 2024 рік середньомісячна кількість туристів, які відвідували країну, сягала майже 3,38 мільйона. Найбільший наплив було зафіксовано в липні 2023 року (10,14 мільйона осіб), а найменший – у квітні 2020 року (лише 6 965 осіб) [35].

Щоб оцінити, наскільки туристичний напрямок привабливий для відвідувачів, потрібно розробити таблицю з критеріями, що відображають головні фактори впливу на відпочинок.

Таблиця 2.2

Вимірювання туристичної привабливості Італії

Показник	Ваговий коефіцієнт показників		Ознаки	Ваговий коефіцієнт ознаки	
	%	Бали		%	Бали
Туристично-рекреаційні ресурси	30	300	Пляжі та моря	40	120
			Курорти і санаторії	30	90
			Пам'ятки історії та культури	20	60
			Відомі культурні заходи	10	30
			Разом	100	300
Інфраструктура	30	300	Готелі	35	105
			Ресторани	40	120
			Громадський транспорт	10	30
			Розваги	15	45
			Разом	100	300
Доступність	20	200	Вартість туру	40	80
			Трансфери	40	80
			Супутні послуги	20	40
			Разом	100	200
Комфортність	10	100	Сервіс високого рівня	50	50
			Чистота	30	30
			Привітність місцевих	20	20
			Разом	100	100
Безпека	10	100	Рівень злочинності	35	35
			Швидке надання допомоги	45	45
			Екологічність	20	20
			Разом	100	100
Разом	100	1000		100	100

Розроблено на основі [8]

Італія є привабливою туристичною дестинацією з добре розвинуеною інфраструктурою, багатими туристично-рекреаційними ресурсами та високим рівнем комфорту. Однак, для подальшого розвитку туризму необхідно приділити увагу питанням доступності та безпеки.

2.2. Аналіз просування культурно-пізнавального туризму регіону на внутрішньому та зовнішньому ринках

Великого оберту набирає тема екологічності та м'якого туризму в туристичних регіонах Італії. Впровадження екологічно-дружніх ініціатив позитивно впливає на приваблення мандрівників та підвищенню статусу на світовій арені. Розвиток «зеленої» економіки країни включає використання енергозберігаючих технологій, переробки сміття, відмову від одноразових речей та будівництво з екологічно чистих матеріалів. Влада Італії дотримується думки, що сталий розвиток є успіхом в довгостроковій перспективі.

Для ефективного аналізу стратегій та способів просування регіону необхідно розглянути сегментацію туристичного ринку. Дізнавшись потреби різних груп споживачів, визначаємо найефективніші та найбільш точні методи та способи просування туристичного продукту.

Проаналізувавши таблицю можна побачити певні тенденції. Молодь надає перевагу активному та бюджетному відпочинку, а старше покоління прагне до оздоровлення. Італія приваблює відвідувачів дозвілевою діяльністю, яка найбільш виражена в пляжному, культурному, гастрономічному туризмі. Також попитом користується оздоровчий туризм, адже країна має популярні спа-курорти та спеціалізовані клініки. Релігійні мандрівники відвідують Ватикан та інші святі місця.

Північна Італія приваблює туристів Альпами та живописними озерами, які чудово підходять для активного відпочинку та поціновувачів природи. Центральна частина зосередила основні історичні пам'ятки та найвідоміші міста (Рим, Флоренція, регіон Тоскана), а також є багатою на мистецтво. Амальфітанське узбережжя південної Італії манить туристів пляжами та

яскравим сонцем. Острови поєднують в собі культурний та дозвілевий відпочинок і пропонують розвинену інфраструктуру.

Таблиця 2.3

Сегментація індустрії туризму в Італії за різними категоріями

Категорія	Підкатегорії	Аналіз
Вік	До 18	Сімейний відпочинок, дитячі заходи.
	З 18 до 35	Активний, культурний, недорогий туризм.
	З 36 до 55	Сімейний відпочинок, оздоровлення, культурний туризм.
	55 і більше	Лікування, релігія, сімейний відпочинок.
Мета	Бізнес	Ділові конференції, корпоративні тури.
	Дозвілля, відпочинок і свята	Культурний туризм, сімейний відпочинок.
	Охорона здоров'я	Оздоровчий та медичний туризм.
	Релігійні подорожі	Паломництво.
Тип	Корпоративний	Бізнес-тури, тренінги, конференції.
	Сім'я	Відпочинок з дітьми.
	Пари	Романтичні подорожі.
	Молодіжні групи	Пригодницький туризм, вечірки.
	Самотні туристи	Активний. Культурний туризм.
Регіон	Північна Італія	Альпійські курорти, озера (Комо, Гарда), Венеція
	Центральна Італія	Рим, Флоренція, Тоскана, культурний туризм
	Південна Італія	Амальфітанське узбережжя, Неаполь, Помпеї, відпочинок на морі
	Острови Італія	Сицилія, Сардинія – пляжний відпочинок, історичні та культурні тури

Розроблено автором

Завдяки цьому аналізу ми змогли побачити різноманітність туристичних потреб. Ці данні дають змогу розробити або підібрати спеціальні програми, стратегії для кожного сегменту.

Регіон Трентіно-Альто-Адідже одним з перших впровадив екологічний туризм в Італії, а можливо, і в Європі розробивши програму сталого розвитку у 2009 році. Саме це допомогло звернути увагу на дбайливе ставлення до природи та гірських ландшафтів. Зменшення викидів шкідливих речовин в атмосферу

забезпечили перейшов на використання метану як палива для громадського транспорту та обмежене використання авто. Заклади харчування активно підтримують фермерів, закупаючи в них продукти для приготування їжі. Готелі переходять на технології використання чистої енергії, от як сонячні батареї, енергія вітру [21].

Останніми роками влада Італії активно впроваджує заходи, які підтримують збереження місцевих традицій, обрядів, свят через розвиток гастрономічного туризму та поширення регіональних продуктів. Сицилія проводить масштабні проекти з залучення туристів ще з 2009 року. Вони спрямовані на популяризацію унікальних об'єктів культурної спадщини. Найвдалішою ідеєю став запуск туристичного потягу «Бароковий експрес», який має вигляд старого паровозу та декорований антикваріатом. Він зупиняється біля найцікавіших місць спадщини ЮНЕСКО та дозволяє насолодитися екскурсією по долині Ното. Маршрут періодично оновлюють, тому скористатися такою послугою можна не один раз. Подорож пропонує не тільки огляд пам'яток, а й виступи народних колективів та пригощання місцевими смаколиками [28].

Тоскани співпрацює з різними європейськими регіонами, беручи участь у спільній програмі розвитку сталого туризму. Цей проект був започаткований у 2009 році. Він є частиною масштабної ініціативи Європейської Комісії [21].

Калабрія також вдало розвиває концепції сталого туризму. Проекти направлені на реконструкцію сіл, господарств та ферм. Ключова мета – залучити місцевих та міжнародних відвідувачів, які сприятимуть пожвавленню туристичної галузі. Перелік заходів, які сприятимуть розвитку:

- Зробити регіон більш привабливим та розширення інфраструктури.
- Підтримка екологічних технологій та створення зелених зон.
- Використання культурних традицій, свят для анімаційної діяльності.
- Зміцнити туристичні об'єкти для захисту від впливу навколишнього середовища.
- Підтримати розвиток місцевого туристичного бізнесу.

- Застосування новітніх розробок та підходів у готельному та ресторанному господарстві [21].

Наслідки масового туризму можуть бути позитивними та негативними. Значні економічні вигоди виводять країну на вищу позицію в світовій арені, але навіть великі фінансові прибутки нездатні перекрити вплив на довкілля, місцевих мешканців та культурну спадщину. У популярних регіонах, особливо в піковий сезон, спостерігається надмірна концентрація туристів, що призводить до дискомфорту та перенаселення. Великі потоки мандрівників погано впливають на зовнішнє оточення, зокрема через збільшення кількості сміття, викидів в атмосферу, надмірне споживання води. Часто завдається шкода історичним пам'яткам через зношування або вандалізм. Зростання цін може суттєво впливати на місцеве населення, а саме у відомих туристичних місцях.

Для збереження природи та протидії негативним наслідкам влада Італії запроваджує нові правила. У 2024 році Венеція обмежила туристичні групи до 25 осіб, а всі відвідувачі повинні мати спеціальні квитки. У 2023 році у Південному Тіролі є обмеження на кількість відвідувачів, щоб зберегти природну спадщину та захистити місцеве населення. Озеро Комо, популярне місце через любителів зробити гарні фото, відоме неймовірними видами та архітектурними спорудами. Колись фільм «Казино Рояль» прорекламував його, що призвело до ажіотажу серед туристів. Проте, у сезон створюється перевантаження на інфраструктуру. З огляду на це міська влада хоче запровадити туристичний збір. У Чінкве-Терре, де кількість туристів у 2023 році становила понад 2,5 мільйона, також ввели нові обмеження. Підвищення цін на транспорт та за вхід до культурних пам'яток може зменшити потік візитерів. Ці заходи допоможуть розвантажити регіони, проте дохід італійців, пов'язаних з галуззю, може впасти [24].

Італійські регіони спільно працюють над проектом "Відкрийте для себе Італію, яку ви не знали", який презентували на ярмарку "Fa' La Cosa Giusta". За підтримки Міністерства туризму, ця ініціатива передбачає популяризацію маленьких містечок та природних ландшафтів. Кожен регіон відповідає за

певний напрямок та тісно співпрацює з іншими учасниками. Основний фокус – морські подорожі, велоподорожі, скандинавська ходьба. Метою є створення розгалуженої системи маршрутів по всій Італії, щоб туристи мали змогу відкривати для себе невідомі місця та зменшити скупчення у популярних районах. Результати проекту будуть доступні на національній туристичній платформі, що сприятиме промоції Італії як цікавої туристичної дестинації [34].

Нове дослідження Future Market Insights показує, туристична індустрія Італії швидко розвивається. Очікується, що до кінця 2024 року її обсяг сягне 27,3 мільярда доларів США, а до 2034 року зросте до вражаючих 51,2 мільярда доларів США. Це означає середньорічний темп зростання 6,5% протягом наступних десяти років [31].

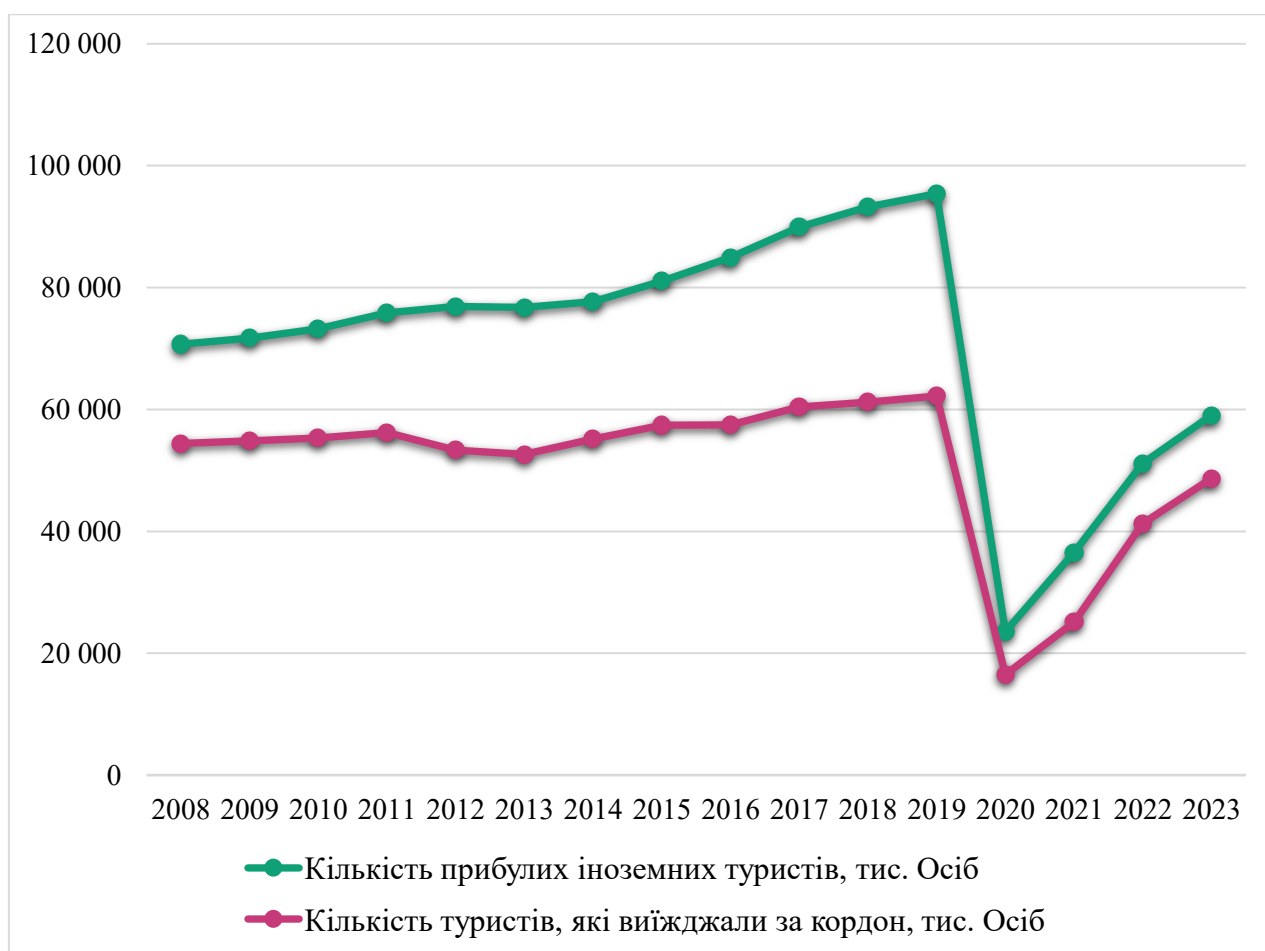


Рис. 2.3. Динаміка потоків в'їзного та виїзного туризму за роками

Джерело: на основі [19]

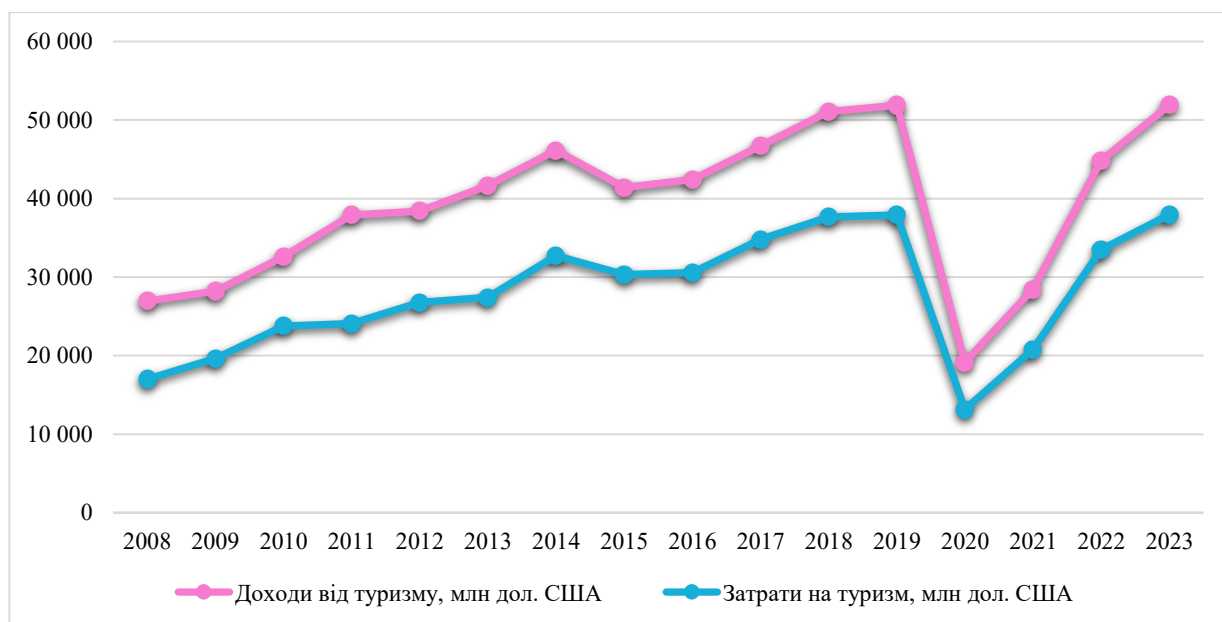


Рис. 2.4. Динаміка витрат і доходів від туризму за роками, млн дол. США

Джерело: на основі [19]

Виділяють сукупність факторів, що негативно впливають на розвиток туристичної сфери.

Таблиця 2.4

Фактори, що гальмують зростання

Фактори	Опис
Перенаселеність та масовий туризм	Високий рівень відвідувачів може призвести до негативних вражень і зменшення інтересу до Італії.
Обмеження інфраструктури	Нестача інфраструктурних ресурсів може обмежити доступ до певних туристичних місць.
Конкуренція з іншими напрямками	Інші популярні туристичні напрямки можуть відвертати потоки туристів від Італії.
Проблеми збереження культури	Погіршення умов культурної спадщини може знизити привабливість для мандрівників.

Систематизовано автором

Наплив туристів до відомих історичних міст, таких як Рим, Флоренція, Венеція негативно впливає на інфраструктуру та досвід відвідувачів. Через перенаселення утворюються великі черги, втрачається автентичність пам'яток та може знижуватися інтерес в майбутньому.

В Італії, особливо на островах та південних регіонах, існують проблеми з транспортом, що ускладнює процес подорожей. Це впливає на комфорт та обмежує можливості розвитку. З іншого боку, вирішення цієї проблеми підвищить доступність та привабливість, але створить помітне навантаження на дороги та інші неприємні наслідки.

Італія змагається за туристів з іншими популярними напрямками, такими як Іспанія, Франція, Греція, Хорватія. Ці країни пропонують подібний клімат, морські курорти та культурні програми. Щоб залишатися конкурентоспроможною, Італії необхідно запропонувати нові заходи просування, зосередившись на автентичних програмах та культурних особливостях, які допоможуть вирізнитися через інших. Сучасні мандрівники все більш вибагливі до якості та різноманіття послуг, тому використання інновацій допоможе залучити молодь.

Пандемія COVID-19 завдала серйозного удару по світовій туристичній індустрії, Італія відчула це особливо гостро. За роки карантину кількість іноземних подорожуючих скоротилась на майже 60%, що стало каталізатором фінансових трат та скорочення робочих місць. Для підтримки туристичного сектору італійській уряд вжив низку заходів, серед яких були податкові пільги та надання кредитів. Також була розроблена нова стратегія, яка передбачає адаптацію до нових санітарних вимог та використання цифрових технологій [19].

Отже, країна має зосередитися на створенні унікального та конкурентоспроможного продукту, який буде відповідати потребам сучасних відвідувачів. Для цього необхідно модернізувати туристичну інфраструктуру, але не створити надмірне навантаження. Впровадити практики відповідального ставлення до природи та мінімізувати вплив на місцевих жителів. Активно популяризувати багату культурну спадщину, пропонуючи унікальні враження. Розробити інноваційні програми, які приваблять туристів різних категорій.

2.3. Дослідження впливу культурно-історичних цінностей країни на пізнавальний туризм

Культурно-історичні цінності Італії мають ключове значення для формування її пізнаваності та створення привабливого іміджу на світовій туристичній арені. Це не лише набір пам'яток чи артефактів, а й група символів, асоціацій та зав'язків, які визначають, як країну сприймають туристи. Італію називають «колыска цивілізації», яка є осередком мистецтва та уособлює античну історію та сучасну елегантність.

У просуванні країни активно використовують візуальні образи історичних пам'яток, мистецьких об'єктів, що допомагає створити позитивний імідж Італії. Туристи прагнуть глибоко поринути в стародавню атмосферу країни та відчуті подих минулого. Саме враження та емоції від подорожі змушують туристів повертатися знову.

Італія активно використовує новітні технології для відновлення та просування національної спадщини. Інтерактивні музеї та виставки, віртуальні подорожі та доповнена реальність дозволяють познайомитися з усіма складовими культури Італії. Пізнавальні об'єкти є головним елементом для створення різноманітних пропозицій в сфері туризму, включаючи подієвий, гастрономічний та релігійний туризм. Культурна спадщина, що є ключовою складовою та основою регіональної ідентичності, визначає спеціалізацію різних областей країни. Також популяризація національних цінностей дає можливість для розвитку дотичних галузей, таких як народні промисли та виробництво сувенірів та сприяє поширенню індустріалізації.

Основні напрями розвитку пізнавального туризму спираються на історико-культурні ресурси. Давайте розглянемо основні об'єкти, які занесені до світової спадщини ЮНЕСКО.

Культурно спадщина Італії охоплює широкий спектр історичних періодів, від античності (5 ст. до н.е.) до сучасності (21 ст.). Країна лідирує за кількості об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, маючи їх в кількості 53. Більшість об'єктів зосереджена в таких регіонах, як Тоскана, Лаціо та Венето. За нею йдуть

Китай (52), Іспанія (46), Франція (43), Німеччина (42), Індія (36) та Мексика (34).



Рис. 2.4. Карта об'єктів спадщини ЮНЕСКО

Таблиця 2.5

Найвідоміші культурно-історичні об'єкти Італії

№	Об'єкт	Рік створення	Рік запису	Регіон
1	Історичний центр Риму, власність Святого Престолу в цьому місті з екстериторіальними правами та Сан-Паоло-Фуорі-ле-Мура	4-18 ст.	1980, 1990 роки	Лаціо
2	Історичний центр Флоренції	14-16 ст.	1982 рік	Тоскана
3	Венеція та її лагуна	5 ст. до н.е.	1987 рік	Венеція
4	Археологічні райони Помпеї, Геркуланум і Торре Аннунціата	79 р. н.е.	1997 рік	компанія
5	Ассізі, базиліка Сан-Франческо та інші францисканські пам'ятки	13 ст.	2000 рік	Умбрія
6	Історичний центр Сієни	12-16 ст.	1995 рік	Тоскана
7	Місто Верона	1 ст. до н.е.	2000 рік	Венето
8	Кастель-дель-Монте	13 ст.	1996 рік	Апулія

<i>Продовження таблиці 2.5</i>				
9	Труллі з Альберобелло	14 ст.	1996 рік	Апулія
10	Сассі та парк рупестрійських церков Матери	8 ст.	1993 рік	Базілікат
11	Етруські некрополі Черветері і Тарквінії	7-3 ст. до н.е.	2004 рік	Лаціо
12	Пьяцца дель Дуомо, Піза	11 ст.	1987 рік	Тоскана
13	Церква та домініканський монастир Санта-Марія-делле-Граціє з «Таємною вечерею» Леонардо да Вінчі	15 ст.	1980 рік	Ломбардія
14	Валь д'Орча	21 ст.	2004 рік	Тоскана
15	Історичний центр Урбіно	15 ст.	1998 рік	Марке
16	Арабо-нормандський Палермо та соборні церкви Чефалу та Монреале	12-14 ст.	2015 рік	Сицилія
17	Місто Віченца та Палладіанські вілли Венето	19 ст.	1994, 1996	Венето
18	Costiera Amalfitana	1997 рік	1997 рік	Кампанія
19	Історичний центр Сан-Джiminьяно	14 ст.	1990 рік	Тоскана
20	Вілли і сади Медічі в Тоскані	16-17 ст.	2013 рік	Тоскана

Розроблено на основі [18]

Об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО є важливими туристичними напрямками, що приваблюють мільйони відвідувачів з усього світу. Вони сприяють розвитку культурного туризму та економічному розвитку регіонів. Культурно-історичні пам'ятки Італії представляють собою важливу частину світової історії, що відображає різноманітність архітектурних і культурних традицій. Їх збереження та популяризація є критичними для розвитку пізнавального туризму та підтримки культурної ідентичності країни.

Безумовно, серцем спадщини Італії є історичні центри її трьох найзначніших міст: Риму, Флоренції та Сієни. Вони дивують своєю архітектурою, цілісністю та гармонією. Історичний центр Риму, який також охоплює територію Святого Престолу, є справжнім скарбом світової спадщини, вміщує такі знакові об'єкти, як Колізей, Римський Форум та базиліка Сан-Паоло-

фуорі-ле-Мура. Флорентійський центр справедливо вважається один з найпрекрасніших в Італії, увібравши в себе неперевершені архітектурні творіння епохи Ренесансу. А Сієна підкорює середньовічною гармонією міського простору.

Значну культурну цінність також представляє Венеція з її неповторними каналами, історія яких почалась ще в V столітті до нашої ери. Величні палаци, елегантні мости, старовинні церкви вважаються найчарівнішими та найромантичнішими в усій Італії. Важливе місце серед об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО займають і видатні археологічні комплекси міст Помпеї, Геркуланум та Торре Аннунціата. Саме ці поселення колись давно зруйнував вулкан Везувій у 79 році нашої ери.

Особливу категорію складають пам'ятки, що відображають духовну спадщину країни, серед них особливо виділяється середньовічний архітектурний комплекс Ассізі з величним собором Сан-Франческо.. Не варто забувати й міланський монастир Санта-Марія-делле-Граціє, де зберігається безцінний шедевр Леонарда да Вінчі – фреска «Таємна вечеря». Ще одними унікальними прикладами неймовірної архітектури є замок Кастель-дель-Монте в Апулії та містичні «сассі» (печерні поселення) в Матері. Об'єкти світової спадщини розташовані по всій території Італії, кожен з яких є витвором мистецтва, що показує різні досягнення країни в кожен з історичних періодів. Саме це перетворює Італію на один з найбажаніших культурних напрямків для туристів з усієї планети.

ЮНЕСКО розглядає розширення списку за рахунок особливих культурних ландшафтів, які століттями формувалися завдяки традиційним методам ведення сільського господарства. Як приклад гармонійного поєднання людської діяльності та природи, у 2014 році був включений культурний ландшафт виноградників Ланге-Роєро-Монферрато, розташований на півночі Італії. Цей об'єкт ілюструє, що культурна спадщина країни не обмежується лише архітектурними чи археологічними пам'ятками, а охоплює також унікальні сільські території, створені багатовіковими традиціями землеробства та

виноробства.

Однією з головних причин, чому туристи обирають для подорожей Італію, стає можливість відчувати справжню автентичність не тільки через предмети, а й атмосферу та повітря. Всі регіони мають цю іскру, але найбільше виділяються Тоскана, Умбрія, Венето. Ще більше автентичність відчувається через майстерні, де створюють кераміку, скло чи текстиль за стародавніми рецептами. Значну роль у збереженні справжності відіграють традиційні свята та фестивалі, такі як Венеціанський карнавал або Сієнське Паліо. Саме повне занурення у святкову атмосферу, спостереження за обрядами та народними костюмами дає змогу відчувати зв'язок з багатовіковою історією. Також Італія дбайливо зберегла автентичні краєвиди, як міст так і сіл, що формувалися віками. Вони можуть стати чудовим місцем для фото-туризму та візитівкою для деяких міст.

Статус об'єктів, внесених до Списку Світової спадщини ЮНЕСКО, має величезний вплив на формування позитивного іміджу туристичного напрямку. Престижне становище відкриває нові можливості та зв'язки, які допомагають просувати та навіть робити ребрендинг. Країни, які мають велику базу пам'яток належать до категорії «must see». Це промовляє всім туристам, що цю DESTINATION треба обов'язково відвідати. Багато туристичних операторів пропонують співпрацю та бартери для країн з потенціалом та масштабним обсягом пам'яток. Це не тільки створює нові туристичні потоки, але й розвантажує популярні напрямки від надмірного відвідування та руйнування.

Ще варто зазначити, що вхід до списку спонукає місцеву владу до збереження, реставрації та сприяє розширенню інфраструктури. Вони не тільки дбають про зовнішній вигляд атракцій, а ще думають про добробут місцевих жителів. Дуже часто туристи ігнорують спокій та гармонію буття мешканців популярних міст або тих, хто проживає біля культурних споруд.

ЮНЕСКО активно залучає всіх до різних тематичних заходів, виставок, благодійних вечорів та фестивалів. Організація проводить Всесвітній день культурної спадщини кожного року, де висвітлює особливості, історію та проблеми. Ця конференція розширює аудиторію та бачення мандрівників про

об'єкти та є частотною промоцією. Цей захід з року в рік присвячується певній темі або конкретному місцю. У 2022 році головним акцентом став комплекс палаців у Флоренції, до якого ЮНЕСКО привернули увагу всього світу. Було організовано цікаві екскурсії та лекції про замок. ЗМІ активно висвітлювали ці події в соціальних мережах, телепередачах та засобах поширення інформації на всесвітню аудиторію. Це значно розширює список спонсорів, які надають кошти для ремонту та маркетингу, та влаштовують благодійні вечірки.

Поряд з охороною матеріальних об'єктів організація не забуває і про нематеріальну культуру Італії. Один з найвідоміших прикладів – Середземноморська дієта. Вона була визнана в 2010 році та являє собою систему харчування з особливих продуктів та способів їх приготування. Ще унікальним надбанням є технологія виготовлення неаполітанської піци. Це нестандартне приготування, обробка та подача класичної страви. Саме в 2017 році було визнано важливість та унікальність цього способу, який підкреслює важливість гастрономічної культури. Наступним цікавим прикладом є традиційне виготовлення віолончелей у місті Кремона. Це справжнє мистецтво, яке передається з покоління в покоління, майстри створюють шедеври з неповторним звучанням. ЮНЕСКО також опікується виготовленням скла на острові Мурано, венеціанським мереживом, різьбленням по каменю в Альберобелло та інше. Ці народні ремесла приваляють кожен рік туристів та робітників, які хочуть отримати майстер-клас або підвищити кваліфікацію. В Італії під захистом знаходиться народна поезія, пісні Труттамалі з Сардинії та спів ченців монастиря Монтекассіно. Ці елементи культури виражають глибокі почуття італійців до своєї країни та традицій.

Не можна оминати одну із справжніх родзинок Італії – оперу. Вона є невід'ємною частиною культурно-пізнавального туризму. Це особлива техніка вокалу, що контролюється на фізіологічному рівні та спрямована на підсилення голосу в амфітеатрах чи сценах. Його головна фішка, що робить впізнаваним, активна жестикуляція руками та обличчям і максимальне поєднання сюжету, музики та акторської гри.

Отже, світова спадщина є надзвичайно важливим інструментом для просування культурно-пізнавального туризму в світі. Італія має чимало цікавих об'єктів, які є магнітом для людей з усіх країн. Пам'ятки не тільки двигун розвитку ПТ, а й стають рушійною силою економіки регіону. Правильний підхід до їх розкриття може допомогти DESTINATION вийти на новий рівень світової арени.

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

3.1. Основні напрями розвитку пізнавального туризму в Італії з використанням історико-культурних ресурсів

Італія, яка відома на весь світ, приваблює людей з різних куточків нашої планети та заохочує досліджувати все нові локації та райони. Це туристичний рай, де кожен знайде щось для себе. Тут можна побачити унікальні місця, які поєднують історичну, культурну та природну спадщину. Серед безлічі відомих регіонів на весь світ, країна має приховані дестинації, які можуть бути не менш цікавими. Пізнавальний туризм в Італії розвивається в декількох основних напрямках, що базуються на використанні історико-культурних ресурсів.

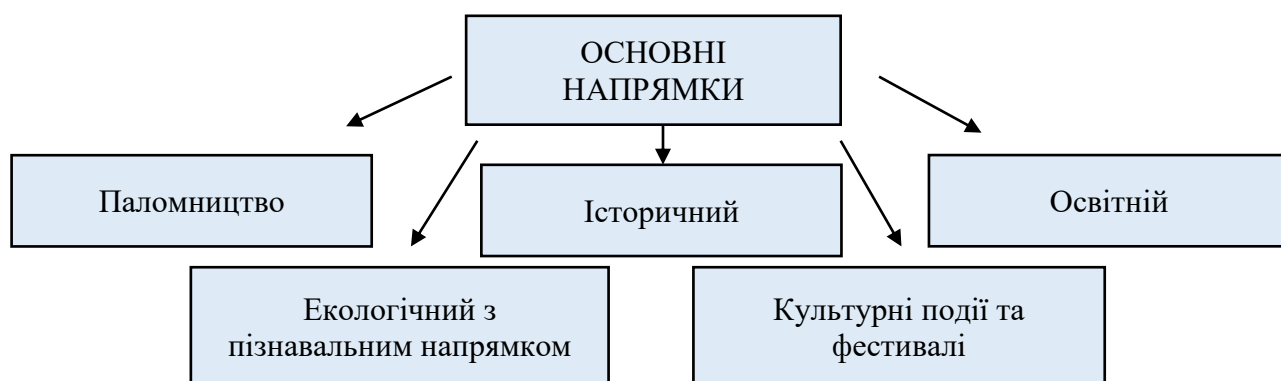


Рис.3.1. Основні напрями пізнавального туризму в Італії.

Розроблено на основі [7], [23], [24].

Паломництво. Серцем паломницького туризму є Ватикан та Сан-Марино, які є ще й архітектурним дивом. Музеї Ватикану містять в собі спогади минулого та унікальні реліквії. Шлях святого Якова – популярний маршрут для паломників, який проходить через різні регіони Італії, надаючи можливість поєднати фізичну активність з духовним досвідом. Місто Ассізі батьківщина святого Франциска, тому користується популярності серед туристів. Сюди приходять вшанувати пам'ять святого та відвідати його базиліку. Також в країні багато релігійних свят, які шануються місцевими жителями та владою.

Історичні маршрути Рим, колишня столиця Римської імперії, приголомшує екскурсантів багатою історією та античністю. Могутність

минулого можна побачити в таких об'єктах, як Колізей, Пантеон, Римський форум. Окрім історичних пам'яток, головне місто Італії славиться виставковими залами. Вілла Боргезе, Національний музей Вілла Джулія, Національний римський музей, Музей Пігоріні та Капітолійський музей – це лише деякі з місць, де можна насолодитися унікальними витворами мистецтва та артефактами. Флоренція – місце де зародилася епоха Відродження та оживає історія. Завдяки династії Медічі, місто стало центром культури та мистецтва. Сьогодні Флоренція – магніт для туристів, які прагнуть зануритися в минуле та побачити шедеври світового рівня. З 87 музеїв міста, галерея Уффіці є найвідомішою. Середньовічні замки та фортеці розкажуть туристам свої історії та заохотять повернутися. Екскурсії найдавнішими містами регіону (Сієнна, Лукка, Сан-Джиміньяно) справляють незабутнє враження та задовольняють культурні запити відвідувачів [7].

Культурні фестивалі та події. Венеція, що розкинулась на півночі Італії, є містом мрій та романтики. Тут замість звичних вулиць проходить лабіринт каналів, а замість авто – гондоли. Міст Ріальто, собор Святого Марка, Палац дожів є архітектурними перлинами і роблять Венецію одним з найбажаніших напрямків для подорожей. Кожен куточок цього міста дихає історією та надихає митців на створення шедеврів. Варто згадати неймовірний карнавал, який приваблює туристів з усього світу. Це настільки масштабна подія, що квитки та номери бронюють задовго до дати заходу.

Мілан, відомий як світова столиця моди з вишуканими бутиками та сучасними дизайнерськими рішеннями, пропонує набагато більше ніж просто шопінг. Величний Міланський собор є шедевром готичної архітектури, а озеро Комо – ідеальним місцем для фото та прогулянок на яхті. Головна подія в місті – тиждень модних показів. Багато туристів, серед яких значна кількість відомих людей, кожного року чекають на цей неймовірний парад модних домів Італії [23].

Освітній туризм (курси та майстеркласи). Кулінарне мистецтво досить поширене в Умбрії. Регіон може показати справжній побут італійців, їх традиції, унікальні свята. Він популярний трюфелями, оливковою олією та місцевими

сирами. Всі продукти мають екологічне походження та особливий смак. Страви готуються за стародавніми рецептами та з використанням простих та свіжих продуктів. Умбрія славиться місцевими закладами, які мають давню історію, а власники залюбки пригостять вас келихом вина та розкажуть цікаві спогади з життя.

Традиційні ремесла: гончарство, ткацтво, різьблення по дереву та інші народні мистецтва досі зберіглися в регіоні. Майстри використовують особливі техніки та часто проводять виставки на святах або фестивалях. Освітні програми є для різних категорій людей в багатьох регіонах. Для студентів є система обміну учнями та програми спрямовані на вивчення італійської мови й традицій.

Екотуризм з пізнавальним нахилом. Родзинкою Середземного моря є острів Сардинія, що поєднує в собі незайману природу, римські амфітеатри та розкішні пляжі. Клімат помірний, тому туристичний сезон триває досить довго. У чарівній Кампанії ви можете підкорити Везувій, відчувати подих історії в Помпеях та скоштувати смачну неаполітанську піцу [24].

Природні багатства Умбрії: озеро Тразімено, найбільше озеро в центральній Італії, яке має мальовничі краєвиди та можливості для відпочинку на свіжому повітрі. Національний парк Монті-Сібіліні чудове місце для любителів екотуризму та активного відпочинку. Національний парк Чинкве-Терре славиться своїми мальовничими пейзажами та терасами виноградників. Пропонує можливості для піхобільних прогулянок, спостереження за природою та відвідування сільської місцевості. Гран-Парадізо перший національний парк Італії, в якому можна спостерігати за дикими тваринами, а також займатися пішим туризмом і альпінізмом.

Не варто забувати, що країна славиться колоритним населенням. Особливості місцевих мешканців проявляються в традиціях, звичаях, способах життя. Для італійців у великих містах (Рим, Мілан, Флоренція) характерний інтенсивний темп життя. Їхні дні наповнені роботою, різноманітними культурними заходами, шопінгом та зустрічами з друзями. Міста є центром всіх важливих подій, які активно відвідують не тільки мешканці, а й туристи.

Водночас, незважаючи на швидкий ритм, сімейні цінності є найважливішим елементом їх життя. Всі вихідні проводяться в родинному колі та дозволяють зблизитися один з одним.

У сільській місцевості панує більш спокійна та розмірена атмосфера. Значна частина жителів зайнята фермерством, ремеслами, виноробством або садівництвом. Для сільських громад характерні тісні соціальні зв'язки, де вечере з сусідами є звичайною справою. Активно відзначаються народні та релігійні свята, які передавалися з давніх давен. Гастрономія в периферії розвинена на високому рівні. Селяни люблять готувати традиційні страви з свіжих та натуральних продуктів за стародавніми рецептами, часто використовуючи печі. Вони залюбки покажуть процес приготування та проведуть дегустацію для допитливих туристів.

Незалежно від місця проживання, італійці мають глибоке почуття національної ідентичності та пишаються своєю культурою. Міські жителі слідкують за новими трендами, тоді як сільські мешканці віддають перевагу звичному життю з гармонією. Проте, об'єднує їх любов до родини та смачної їжі.

Італійські села пропонують унікальний досвід для туристів. Багато місцевих пропонують проживання в їх домівках, участь в сільськогосподарських роботах, заняття народними мистецтвами. Агро-туризм став ковтком свіжого повітря, дозволивши зменшити навантаження на великі міста. Люди все більше хочуть поринути в світ спокою та відчути єднання з природою. Місцеві жителі можуть проводити екскурсії по цікавим містам, пам'яткам та виробництвам. Не менш популярними є майстер-класи, які показують традиції та колорит (гончарство, ткацтво, виготовлення вина та сиру). Це дозволяє поглибити знання туристів про культуру країни та спосіб життя населення. Чудовою нагодою поспілкуватися є фестивалі та святкування. Там ви зможете побачити всю красу заміського життя та завести корисні зв'язки.

Взаємодія між місцевими та туристами створює чудову можливість для обміну знаннями, досвідом та культурою. Це не лише приносить економічну вигоду, але й поринути в автентичне життя Італії. Завдяки такій взаємодії обидві

сторони отримують цінний досвід, що сприяє розвитку пізнавального туризму.

Life Beyond the Room (консьерж-компанія Sensorial Travel) спеціалізується на розробці персоналізованих та неповторних подорожей для тих, хто прагне відчутти дух регіонів Італії. Вони пропанують невеликий груповий тур по Тоскані, щоб мандрівники відкрили для себе кулінарні та культурні перлини цього регіону. Подорожуючи зможуть зупинитися в історичних будівлях, що мають неймовірну територію. Відвідати винний фестиваль у Монтефалько, що дає унікальну можливість прийняти участь в процесі та дізнатися місцеві секрети. Також є можливість отримати справжній майстер-клас від професійного сомельє, поїздки до мальовничих Чівіта-ді-Баньореджо та Орв'єто. А родзинкою туру є практичний урок з приготування традиційних страв Тоскани та Умбрії. Він точно не залишить нікого байдужим та дозволить побачити справжню країну, а не популярну туристичну картинку [32].

3.2. Розробка програми маршруту з культурно пізнавальною метою

На основі попереднього матеріалу ми можемо розробити найбільш оптимальний культурно-пізнавальний тур. Враховуючи всі аспекти, дослідження та правила побудуємо надійний та цікавий маршрут тривалістю дев'ять днів. Для того, щоб краще зрозуміти чого хоче споживач потрібно створити шкалу потреб. Це допоможе підібрати найбільш підходящий тур та задовольнити потреби клієнта.

Таблиця 3.1

Шкала потреб клієнтів

Ієрархія	Вимоги
Склад та якість послуг	• Відповідність програми туру заявленим умовам • Якість екскурсій та інших послуг • Наявність додаткових послуг
Умови проживання	• Чистота та комфорт номерів • Наявність необхідних зручностей • Розташування готелю

Продовження таблиці 3.1

Рекреаційні можливості	• Якість пляжу • Наявність басейну • Наявність спортивних споруд • Наявність розва
Робота персоналу	• Привітність та ввічливість персоналу • Знання персоналом місцевої мови • Допомога персоналу туристам

Розроблено автором

Відповідність програми туру заявленим умовам та якість основних і додаткових послуг є першочерговими факторами задоволеності. Недостатній рівень на цьому етапі може призвести до негативного сприйняття всієї подорожі. Після отримання базових послуг, клієнти звертають увагу на комфортність свого перебування. Чистота, наявність зручностей, розташування готелю є важливими для забезпечення фізичного та емоційного добробуту.

Ігнорування потреб на будь-якому з рівнів може призвести до незадоволеності клієнтів, навіть при високих показниках за іншими критеріями.

На основі таблиці ми маємо розробити детальний автобусний тур за всіма правилами та побудувати детальну схему проїзду з головними пунктами. Також обов'язковим є графік маршруту зі всіма зупинками та часом між ними.

<u>Київ</u> Житомир Рівне Львів <u>Мукачево</u> Державний кордон з Угорщиною «Лужанка»						
140 км E40	188 км E40	211 км E40	229 км E471	40 км E58	310 км M3	
08:00	10:00	12:40	15:20	19:10		08:00
1 день	1 день	1 день	1 день	1 день		2 день
<u>Будапешт</u>	<u>Любляна</u>	<u>Болонья</u>	Флоренція	Піза	<u>Рим</u>	<u>Ріміні</u>
461 км E71; M7; M70	480 км E61 A34; E70	120 км A1	88 км SS67	348 км E80; A91	401 км A24; SR5	
14:20	22:40	16:50	08:30	11:40	22:00	20:10
2 день	2 день	3 день	4 день	4 день	4 день	5 день

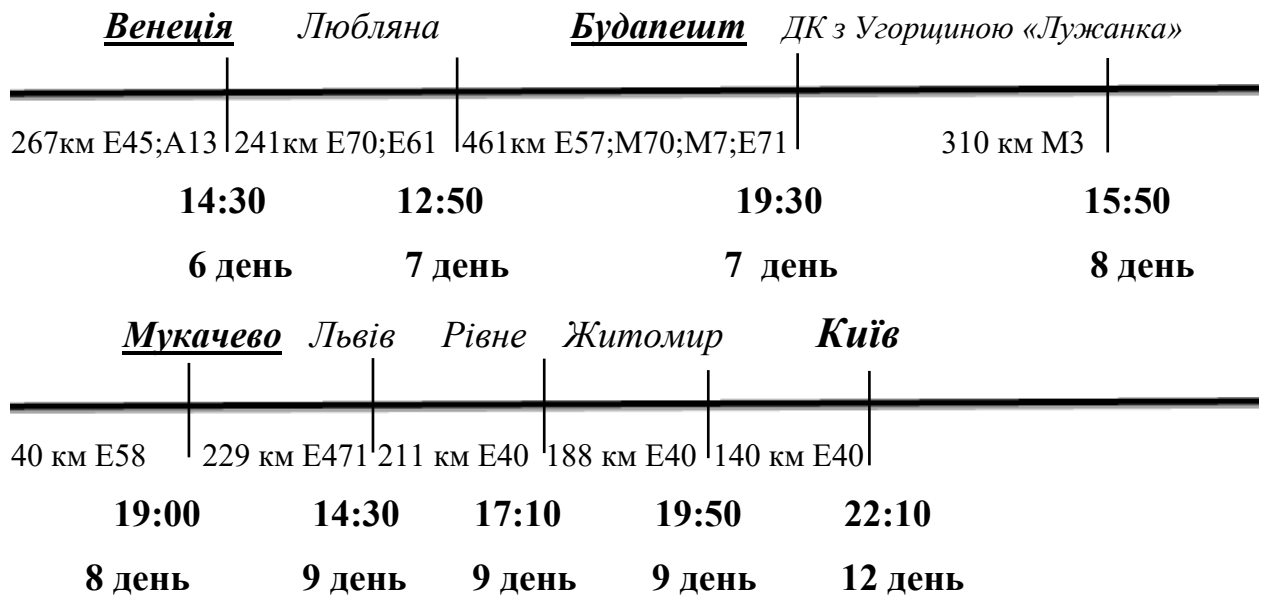


Рис. 3.2 Схема маршруту між основними пунктами проїзду. Розроблено автором

Загальна кількість км – 4892 км. Детальну карту маршруту можна побачити в Додатку Б.

Час руху – 2 дні 17 год 30 хв

Вирахувавши найкращий шлях з початкової точки в кінцеву та вірно розподіливши час можна побудувати детальний графік зупинок. Саме він найточніше ілюструє наш шлях та допомагає контролювати час.

Таблиця 3.2

Графік маршруту

Графік руху			Пункт перетину
Час Прибуття	Час відправлення	Час зупинки (тривалість екскурсії)	
1 день			
	08:00		м. Київ (Україна) Метро Житомирська (E40)
10:00	10:20	20 хв.	м. Житомир (Україна) АЗК «WOG» (E40)
12:40	13:00	20 хв	м. Рівно (Україна) АЗК «WOG» (E40)
15:20	15:40	20 хв	м. Львів АЗК «WOG» (E40)

<i>Продовження таблиці 3.2</i>			
19:10		12 год 10 хв	м. Мукачево (Україна) готель категорії 3* «Червона Гора»
2 день			
	07:00		м. Мукачево (Україна) готель категорії 3* «Червона Гора»
08:00	10:00	2 год	Державний кордон з Угорщиною «Лужанка»
12:00	12:20	20 хв	Технічна зупинка на АЗК (М3)
14:20	16:20	2 год	м. Будапешт (Угорщина) (Пішохідна екскурсія по історичним районам)
18:20	18:40	20 хв	Технічна зупинка на АЗК MOL(M7)
20:40	21:00	20 хв	м. Марібор (Словенія) Технічна зупинка на АЗК (M7)
22:40		12 год 20 хв	м. Любляна (Словенія) готель категорії 3* «Apartments Maria»
3 день			
	09:00	2 год	м. Любляна (Словенія) Оглядова екскурсія містом Любляна
	11:00		м. Любляна (Словенія) готель категорії 3* «Apartments Maria»
14:00	14:20	20 хв.	Технічна зупинка на АЗК (E70)
16:50		14 год 50 хв	м. Болонья (Італія) . Готель категорії 2* «Hotel Sant'Orsola»
18:00	20:00	2 год	Автобусно-пішохідна оглядова екскурсія по Болоньї (Італія)
4 день			
	07:00		м. Болонья (Італія) готель категорії 2* «Hotel Sant'Orsola»

<i>Продовження таблиці 3.2</i>			
08:30	10:30	2 год	м. Флоренція (Італія) оглядова екскурсія «Чарівна Флоренція»
11:40	13:10	1 год 30 хв	м. Піза (Італія) Оглядова екскурсія містом
15:10	15:30	20 хв	Технічна зупинка на АЗК (Е80)
17:30	17:50	20 хв	Технічна зупинка на АЗК (Е80)
20:00		19 год	м. Рим (Італія) готель категорії 3* «Guest's Heaven»
5 день			
	10:00	2 год	м. Рим (Італія) Екскурсія «Античний Рим»
12:00	14:00	2 год	За бажанням оглядова екскурсія «Історичний Ватикан»
	15:00		м. Рим (Італія) готель категорії 3* «Guest's Heaven»
17:30	17:50	20 хв.	Технічна зупинка на АЗК «ІР» (Е55)
20:10		16 год 10 хв	м. Ріміні (Італія) готель категорії 3* «Hotel Corallo Rimini»
6 день			
	09:00	1 год 30 хв	Оглядова екскурсія «Ріміні - перше знайомство»
	12:00		м. Ріміні (Італія) готель категорії 3* «Hotel Corallo Rimini»
14:30		17 год 30 хв	м. Венеція (Італія) готель категорії 3* «Domus Ciliota»
16:00	18:00	2 год.	м. Венеція (Італія) екскурсія «Дивовижна венеція»
19:00	20:30	1 год. 30 хв.	м. Венеція (Італія) за бажанням дегустація «Колорит Венеції»

<i>Продовження таблиці 3.2</i>			
7 день			
	08:00		м. Венеція (Італія) готель категорії 3* «Domus Ciliota»
10:30	10:50	20 хв.	Технічна зупинка на АЗК (Е70)
12:50	13:20	30 хв	м. Любляна технічна зупинка на АЗК (М7)
15:40	16:10	20 хв.	Технічна зупинка на АЗК (М7)
19:30		16 год	Будапешт (Угорщина) готель категорії 3*«Benczur Hotel»
8 день			
	09:00	2 год	м. Будапешт (Угорщина) За бажанням екскурсія «Невідомий Будапешт»
	11:30		Будапешт (Угорщина) готель категорії 3*«Benczur Hotel»
13:30	13:50	20 хв	Технічна зупинка на АЗК (М3)
15:50	17:50	2 год	Державний кордон з Угорщиною «Лужанка»
19:00		16 год	м. Мукачево (Україна) готель категорії 3* «Тонал»
9 день			
	09:00	1 год 30 хв	м. Мукачево (Україна) За бажанням екскурсія «Все про замок Паланок»
	11:00		м. Мукачево (Україна) готель категорії 3* «Тонал»
14:30	14:50	20 хв	м. Львів (Україна) Технічна зупинка на АЗК (Е40)
17:10	17:30	20 хв.	м. Рівно (Україна) (АЗК «WOG» (Е40)
19:50	20:10	20 хв.	м. Житомир (Україна) (АЗК «WOG» (Е40)
22:10			М. Київ (Україна) (Е40)

Розроблено автором

День 1

07:30 Збір групи.

08:00 Виїзд з Києва.

10:00 Зупинка м. Житомир (Україна) АЗК «WOG».

12:40 Зупинка м. Рівно (Україна) АЗК «WOG».

15:20 Зупинка м. Львів (Україна) Технічна зупинка на АЗК «WOG».

19:10 Прибуття до м. Мукачево (Україна).

19:30-20:00 Заселення в готель «Червона Гора» (Затишний готель з невеликим садом. Кімнати облаштовані всіма зручностями та мають мінімалістичний інтер'єр. Доступні додаткові послуги. Поруч є магазин).

20:00 Вільний час.

День 2

06:20 Збір групи.

06:30-07:00 Виселення з готелю «Червона гора».

08:00-10:00 Перетин державного кордону.

12:00 Технічна зупинка на АЗК.

14:20 Прибуття в м. Будапешт.

14:30-16:10 Оглядова пішохідна екскурсія містом по історичним районам «Цікавий Будапешт» (Ви зможете прогулятися центром міста, дізнатися всі його таємниці та купити сувеніри).

16:20 Виїзд з міста.

18:20 Технічна зупинка на АЗК.

20:40 Зупинка м. Марібор (Технічна зупинка на АЗК).

22:40 Прибуття в місто Любляна.

22:40-23:00 Поселення в готель «Apartments Maria» (Готель має зручне розташування, багато додаткових послуг та неймовірно затишні номери. Сніданок включено у вартість).

23:00 Вільний час.

День 3

07:50 Збір групи.

08:00 Сніданок.

09:00 Оглядова екскурсія містом Любляна (Ви зможете побачити головні пам'ятки та визначні місця. Екскурсія вразить вас цікавими фактами та подарує незабутні емоції).

10:30-11:00 Виселення з готелю.

14:00 Технічна зупинка на АЗК.

16:50 Прибуття в місто Болонья.

17:00-17:40 Поселення в готель готель «Hotel Sant'Orsola» (Зручний та колоритний готель має всі зручності та послуги. Номери обладнані сучасно та мають гарний вид).

18:00 Автобусна-пішохідна екскурсія по Болоньї (Ця екскурсія дозволить швидко оглянути місто та допоможе зрозуміти місцеві традиції, легенди, звичаї).

20:00 Вільний час.

День 4

05:50 Збір групи.

06:00 Виселення з готелю.

7:30 Прибуття до Флоренції та оглядова екскурсія «Чарівна Флоренція» (Автобусна екскурсія покаже найпопулярніші місця Флоренції та дозволить насолодитися чарівними видами).

10:30 Виїзд до міста Піза.

11:40-13:10 Оглядова екскурсія містом Піза (Саме ця екскурсія дозволить зробити вдалі фото та допоможе дізнатися все про Пізанську вежу).

17:10 Технічна зупинка на АЗК.

20:00 Прибуття в Рим та поселення в готель «Guest's Heaven» (Готель з новим ремонтом та просторим холлом. Тут можна відпочити в номері або у барі).

20:30 Вільний час.

День 5

08:40 Збір групи.

09:00 Сніданок в готелі.

10:00 Екскурсія «Античний Рим» (Історична екскурсія розкриє всі міфи та

легенди про це місто. Після неї ви будете знати все про стародавню імперію).

12:00 За бажанням: оглядова екскурсія «Історичний Ватикан» 20 Є (Розкриє таємниці Ватикана та познайомить з неймовірною колекцією мистецтва).

14:30 Виселення з готелю.

15:00 Виїзд з міста.

17:30 Технічна зупинка на АЗК.

20:10 Прибуття до м. Ріміні.

20:30 Поселення в готель «Hotel Corallo Rimini» (Стандартний готель з видом на місто. Має багато додаткових послуг та затишні номери).

21:00 Вільний час.

День 6

08:40 Збір групи.

09:00-10:00 Оглядова екскурсія «Ріміні - перше знайомство» (Невелика оглядова екскурсія центром міста. Ви зможете дізнатися основні факти та купити сувеніри).

11:30 Виселення з готелю.

12:00 Виїзд з міста.

14:30 Прибуття до Венеції та поселення в готель «Domus Ciliota» (Чарівний готель з гарним видом та невеличким кафе внизу).

16:00-18:00 Екскурсія «Дивовижна Венеція» (Екскурсія, яка дозволить побачити всю красу міста та зробити гарні фото).

19:00-20:30 За бажанням: дегустація «Колорит Венеції» 30Є (Тут ви зможете скуштувати найпопулярніші страви та отримати справжнє гастрономічне задоволення).

20:30 Вільний час.

День 7

06:40 Збір групи.

07:00 Сніданок в готелі.

08:00 Виселення з готелю та виїзд з міста.

10:30 Технічна зупинка на АЗК.

12:50 Зупинка у м. Любляна.

15:40 Технічна зупинка на АЗК.

19:30 Прибуття до м. Будапешт та поселення в готель «Benczur Hotel» (Зручний та гарний готель не залишить вас байдужими).

20:00 Вільний час

День 8

07:40 Збір групи

08:00 Сніданок

09:00-11:00 За бажанням: екскурсія «Невідомий Будапешт» (Ця екскурсія пов'язана з містикою. Дізнайтесь всі таємниці міста та виконайте квест).

11:00-11:30 Виселення з готелю.

13:30 Технічна зупинка на АЗК.

15:50-17:50 Перетин державного кордону з Угорщиною «Лужанка».

19:00 Прибуття до м. Мукачево та поселення в готель «Тонал» (Готель не далеко від замку. Має всі зручності та послуги).

19:30 Вільний час.

День 9

07:50 Збір групи.

08:00 Сніданок в готелі.

09:00-10:30 За бажанням: екскурсія «Все про замок Паланок» 200 грн. (Вам розкажуть все про замок та його легенди).

10:30-11:00 Виселення з готелю та виїзд з міста.

14:30 м. Львів (Україна) Технічна зупинка на АЗК.

17:10 м. Рівно АЗК «WOG».

19:50 м. Житомир АЗК «WOG».

22:10 м. Київ (місце - Центральний автовокзал)

Описаний маршрут підходить не тільки для культурно-пізнавального туризму, а ще й для різних видів. Фото-туризм, освітній, подієвий, та оздоровчий (зняття стресу, дихання морським повітрям). Зображення найголовніших пам'яток та міст можна переглянути в Додатку В.

Так як поїздка відбувається автобусом, то транспортні послуги становлять значну частину собівартості туру. Витрати на розміщення в готелях різних категорій протягом восьми днів та екскурсійне обслуговування також є суттєвою частиною ціни. Розуміння структури собівартості є важливою для туристичних підприємств при формуванні цінової політики та для клієнтів при оцінці вартості туристичних послуг.

Таблиця 3.3

Калькуляція вартості туристичної подорожі

№	Вид послуги	Ціна, €	Ціна, грн
1.	Транспортні послуги		
	<i>Умовно змінні витрати:</i>		
	1.1. Витрати на паливно-мастильні матеріали:	2000	87051
	1.2. Витрати на відряджувальні для обслуговуючого персоналу		
	1.2.1 Відряджувальні (на 2 водіїв)	450	19586
	1.2.2 Добові (на 2 водіїв)	300	13057
	1.2.3. Витрати на туристичного гіда:		
	а) відряджувальні	200	8705
	б) добові	150	6528
	1.3. Витрати на обслуговування автобусу під час рейсу:		
	1.3.1 Платні дороги та екологічні збори	40	1741
	1.3.2 Стоянки	30	1305
	1.3.3 Миття туристичного автобуса	20	870
	<i>Умовно-постійні витрати:</i>		
	1.4. Зарплата водіїв (2 водія)	321	14000
	1.5. Обслуговування автобуса в Києві	92	4000
	1.6. Витрати на рекламу на утримання офісу	46	2000
	1.7. Витрати на страхування:		
	1.7.1. Страхування цивільної відповідальності власників	69	3000
	1.7.2. Міжнародне страхування «Зелена карта»	69	3000
	1.8 Накладні витрати	50	2176
	1.9 Амортизація автотранспортного засобу	80	3500
	Сума на 1 людину	130	5684
2.	Послуги розміщення та харчування		
	готель категорії 3* «Червона Гора» Мукачєво двомісний номер (1 туродень)	15	652
	готель категорії 3* «Apartments Maria» Будапешт двомісний стандарт+ сніданок (2 туродень)	30	1305

Продовження таблиці 3.3			
	Готель категорії 2* «Hotel Sant'Orsola» Болонья двомісний стандарт + сніданок (3 туродень)	20	1262
	Готель категорії 3* «Guest's Heaven» Рим + сніданок (4 туродень)	35	1523
	Готель категорії 3* «Hotel Corallo Rimini» Ріміні + сніданок (5 туродень)	30	1305
	Готель категорії 3* «Domus Ciliota» Венеція + сніданок (6 туродень)	35	1523
	Готель категорії 3* «Benczur Hotel» Будапешт+ сніданок (7 туродень)	30	1305
	готель категорії 3* «Тонал» Мукачево + сніданок (8 туродень)	18	783
3.	Екскурсійне обслуговування:		
	Оглядова пішохідна екскурсія містом по історичним районам «Цікавий Будапешт»	10	435
	Оглядова екскурсія містом Любляна	10	435
	Автобусна-пішохідна екскурсія по Болоньї	20	1262
	Оглядова екскурсія «Чарівна Флоренція»	15	652
	Оглядова екскурсія містом Піза	15	652
	Екскурсія «Античний Рим»	20	1262
	Оглядова екскурсія «Ріміні - перше знайомство»	15	652
	Екскурсія «Дивовижна Венеція»»	20	1262
4.	<i>Страховий поліс</i>	6	261
	<i>Екскурсія+готель</i>	338	16570
6.	<i>Собівартість туру</i>	474	22515
7.	<i>Прибуток туристичного підприємства (10%)</i>	47	2251
8.	<i>Податок на прибуток (18%)</i>	8	405
9.	<i>Податок на додану вартість (ПДВ – 20%) 7+8 20%</i>	12	531
10.	<i>Всього вартість туру (на 1 пасажир)</i>	541	25702
11.	<i>Всього вартість туру (групу 30 людей)</i>	16230	771060

Отримавши детальний розрахунок витрат, можемо зробити прогноз прибутку на наступні роки. Використаємо курс валют на лютий 2025 року та середній темп продажу туристичного продукту. Уподобання та запити клієнтів узагальнено, а цільова аудиторія мандрівники 20-35 років.

Прогноз прибутку на 2025-2029 роки

Рік	Кількість турів	Загальний дохід	Загальні витрати	Валовий прибуток	Чистий прибуток
2025	10	7710600	6753000	957600	593712
2026	20	15421200	13506000	1915200	1187424
2027	30	23131800	20259000	2872800	1781136
2028	40	30842400	27012000	3830400	2374848
2029	50	38553000	33765000	4788000	2968560

Отже, дані таблиці свідчать про позитивні перспективи продажу туристичного продукту. Проте, потрібно враховувати всі ризики та постійно удосконалювати тур. Ефективний маркетинг покращить купівлю та допоможе просунути іншу продукцію.

ВИСНОВКИ

Отже, досліджено теоретичні засади розвитку пізнавального туризму та виявлено, що цей вид туризму є унікальним для задоволені духовних та інтелектуальних потреб мандрівників через ознайомлення з культурою, історією, звичаями та способи життя. Цей напрям туристичної індустрії відіграє важливу роль у розвитку національної економіки та сприяє формуванню позитивного іміджу країни. Використання історичних пам'яток є головним фактором для конкурентоспроможності на ринку пізнавальних послуг. Матеріальні об'єкти та нематеріальні аспекти є неповторним «брендом» туристичних послуг, що повністю співпадає з сучасними трендами та запитами на автентичний досвід та яскраві враження.

Оцінено попит на пізнавальний туризм в Італії свідчить про високу та стійку цікавість до країни та її ресурсів. Проаналізовано рекламу та стратегії просування, виявлено ключові акценти промоції та найдієвіші методи. Наведено результати дослідження динамічних потоків в'їзного туризму. Отримані в ході аналізу тенденції розвитку пізнавального туризму в Італії результати визначають ключові напрямки та проблеми, які потрібно для дослідження та розробки практичних рекомендацій щодо ефективного використання історико-культурного потенціалу країни.

Визначено головні напрямки зростання культурного туризму. Серед них – диверсифікація тематичної спрямованості, впровадження інноваційних форматів для дозвілля, реалізація за допомогою комплексних підходів з боку держави і місцевих органів влади. Розроблено програму маршруту, що включає широкий сектор пізнавальних заходів, максимально точно передає автентичну складову. Запровадження розроблених рекомендацій та впровадження запропонованого маршруту дозволить підвищити привабливість Італії як провідного напрямку в Європі, забезпечити сталий розвиток регіонів та покращити соціально-економічні умови життя місцевих громад.

СПИСКИ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бакало Н. В. Основи організації пізнавального туризму / Бакало Н., Шрамко К // Пріоритети розвитку міжнародної економічної діяльності країни в умовах глобалізації: Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених, 27 квітня 2023 року. – Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2023. – 140 с.
2. Величко В.В. Організація рекреаційних послуг : навч. посіб. / В.В. Величко. – Харків : Харківський нац. ун-т міського госп-ва ім. О.М. Бекетова, 2013. – 202 с.
3. Всесвітня туристична організація WTO. URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення 20.03.2025)
4. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 23.03.2025)
5. Дичковський С. І. Культурний туризм як сфера реалізації дозвіллевих технологій та віртуального досвіду 2019 р. URL: [file:///C:/Users/Master/Downloads/191781-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-427084-1-10-20200114%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Master/Downloads/191781-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-427084-1-10-20200114%20(1).pdf) (дата звернення 13.01.2025)
6. Довгань Н.С. Географія рекреації та туризму: навч. посіб. / Н.С. Довгань. – Київ: Київський нац. ун-т імені Т.Г. Шевченка, 2024. – 19 с.
7. Клапчук М.В. Туристичні ресурси Італії, як основа для розвитку туризму / М.В. Клапчук // Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації: стан та шляхи становлення: Зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 23 березня 2017 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський державний інститут економіки і туризму. – Львів: ЛІЕТ, 2017. С. 103-110
8. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник / Н. В. Корж, Д. І. Басюк. – Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. –

322 с.

9. Любіцева О.О., Кочеткова І.В. Географія культури і релігії: навч.-метод. посіб. /О.О. Любіцева. – ТОВ «Анва-Принт», 2020. – 24 с.

10. Майстер А. Сучасний стан і територіальні особливості розвитку туризму в Італії. Економічна та соціальна географія. – Київ, 2020. – Вип. 83. URL: https://bulletin-esgeograph.org.ua/images/docs/Volume-83/Maister_37-45.pdf

11. Мальська М., Паньків Н. Туристично-ресурсний потенціал території : підручник / Марта Мальська, Наталія Паньків. – Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. – 534 с.

12. Михайленко В.П. Геоекологічні основи сталого розвитку: навч. посіб. / В.П. Михайленко. – Київ: Київський нац. ун-т імені Т.Г. Шевченка, 2024. – 265 с.

13. Міжнародна рада з охорони пам'яток та історичних місць ICOMOS URL: <https://www.icomositalia.com/copia-di-organizzazione> (дата звернення 23.03.2025)

14. Мурза А. В., Новикова В. І. Суть культурно-пізнавального туризму та його рекреаційні ресурси. Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України : матер. IV Всеукр. Інтернет-конф. 24 травня 2019 р., м. Черкаси. С. 86-93.

15. Насідка А. О., Новикова В. І. Поняття «культурно-пізнавальний туризм» та притаманні йому рекреаційні ресурси // Актуальні проблеми природничих та гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2018» / XX Всеукраїнська наукова конференція молодих учених. 2018. С. 143-146.

16. Н. Коцан, Р. Коцан, А. Сахнюк. Методологічні основи дослідження туризму в регіоні // Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії, 2021. № 1(9). С. 311-324. URL: <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/view/183/176>

17. Никига О. Пізнавальний туризм: сутність та особливості організації / Оксана Никига // Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в

регіонах України : матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. 18-19 травня 2017 р., м. Львів. Львів, 2017. – С. 81-84.

18. Офіційний сайт ЮНЕСКО. URL: <https://whc.unesco.org/en/statesparties/it/> (дата звернення 30.10.2024)

19. Патійчук В. О., Ціпошук С. А. Сучасні проблеми розвитку міжнародного туризму в Італії // Science, theory and practice: зб. матер. міжнар. наук-практ. конф. (Токіо, 08 червня 2021 р.). – С. 622. URL: <https://www.google.com/books?hl=uk&lr=&id=s7kyEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA161&dq=%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC+%D0%B2+%D1%80%D0%B5%D0%B3%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D1%85+%D1%96%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%97&ots=XLpKPaFLZr&sig=q6rJzDiEOph1FSOt5zJXYeKiaDo> (дата звернення 20.12.2024)

20. Поліщук Н.Р., Долинська О.О. Культурний туризм в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення // Актуальні проблеми розвитку освіти в сфері туризму, фізичної культури та спорту: матеріали VI Всеукраїнської наук.-практ. конф. (Хмельницький, 21-22 березня 2023 р.). Хмельницький: ХГПА., 2023. С. 79-81.

21. Сталий розвиток локальних туристичних систем і регіонів Італії. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/doan.htm (дата звернення 30.01.2025)

22. Статистика туризму в Італії 2024. URL: https://gowithguide.com/blog/tourism-in-italy-statistics-2024-your-quick-travel-guide-to-the-beautiful-country-5775?srsId=AfmBOOpWLO5i8Ed0_EMwBRJl_cYEihVmy-GM9CHDp3XoVS7LVD0RTs_3 (дата звернення 30.10.2024)

23. Туристичні місця Італії. URL: <https://vatican-tickets.tours/> (дата звернення 26.10.2024)

24. Туристичні регіони Італії. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/vidpochinok-v-italiji-2024-tri-regioni-yaki-privablyuyut-dedali-bilshe-turistiv-12599160.html> (дата звернення 17.10.2024)

25. Туристичні символи Італії. URL: <https://tripmydream.ua/italy/sights>

(дата звернення 09.04.2025)

26. Цільова аудиторія. Дізнайтеся, як знайти і проаналізувати свою цільову аудиторію. URL:

https://sendpulse.ua/support/glossary/targetaudience#Types_of_target_audience

(дата звернення 30.10.2024)

27. Юхновська Ю. О. Методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу України та регіонів // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. – 2019. – Т. 30(69), № 4(2). – С. 54-59.

28. Baroque Train. URL: <http://www.sicily-holiday.com/en/train-and-subway-sicily/baroque-train-sicily> (дата звернення 01.11.2024)

29. How to segment cultural tourists. URL: <https://www.culturehive.co.uk/resources/how-to-segment-cultural-tourists/> (дата звернення 25.10.2024)

30. Istituto Nazionale di Statistica Italia. URL: <https://www.istat.it/comunicato-stampa/flussi-turistici-terzo-trimestre-2024/> (дата звернення 01.11.2024)

31. Italy Tourism Industry Analysis from 2024 to 2034. URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/italy-tourism-market> (дата звернення 27.10.2024)

32. Life Beyond the Room. URL: https://lifebeyondtheroom.com/small-group-tours/tuscany-umbria/?_gl=1*_vlfk08*_up*MQ..*_ga*MTc3NzE5OTMwLjE3NDU2Njc5NzZM.*_ga_Q5KVMX43PP*MTc0NTY2NzE3Mi4xLjAuMTc0NTY2NzE3Mi4wLjAuMA.. (дата звернення 01.12.2024)

33. Navigating 8 Essential Target Audiences for Travel Campaigns. URL: <https://www.lotame.com/essential-target-audiences-for-travel-campaigns/> (дата звернення 23.10.2024)

34. The Italian Regions together for a tourism promotion strategy. Coordinated campaign for Umbria in collaboration with Sviluppumbria. URL:

<https://www.sviluppumbria.it/en/-/le-regioni-italiane-insieme-per-una-strategia-di-promozione-turistica-campagna-coordinata-per-l-umbria-in-collaborazione-con-sviluppumbria> (дата звернення 21.10.2024)

35. Trading economics. URL: <https://tradingeconomics.com/> (дата звернення 14.03.2025)

36. Understanding Italian Culture. URL: <https://www.italia.it/en/italy/tourist-destinations> (дата звернення 29.04.2025)

37. Unique tourist attractions in Italy. URL: <https://www.atlasobscura.com/things-to-do/italy> (дата звернення 03.04.2025)

38. Vatican Museums. URL: <https://www.museivaticani.va/content/museivaticani/en.html> (дата звернення 21.03.2025)

39. Walking of Italy. URL: <https://www.walksofitaly.com/> (дата звернення 29.03.2025)

40. Visa formalities in Italy. URL: <https://travel.state.gov/content/travel/en/international-travel/International-Travel-Country-Information-Pages/Italy.html> (дата звернення 15.03.2025)

ДОДАТКИ

Додаток А



ЕРМОЛАСВА Катерина. ПРОМОЦІЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ.....	45
ЗЮКОВА Аня. МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНИХ ОБ'ЄКТІВ У РЕКРЕАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	47
КИРИЧЕНКО Катерина. ТЕРАПЕВТИЧНІ ПРАКТИКИ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	50
КИРІПІЧ Ольвія. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	53
ЛЕСЕНКО Вікторія. РОЗВИТОК ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ З ФОКУСОМ НА ГЛОБАЛЬНІ, НАЦІОНАЛЬНІ І РЕГІОНАЛЬНІ ТРЕНДИ	56
ЛІСЕНКО Володимир. SMART-ТУРИЗМ У ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ	58
ЛУСЬ Анастасія. РОЗРОБКА І ОБГРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ З ОПТИМІЗАЦІЇ ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИН ТУРИСТИЧНИХ АГЕНЦІЙ ІЗ ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ	60
МАХОВКА Борис. ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	62
МАТЮЩЕНКО Олена. КРУЇЗИ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗКОШІ: ОСОБЛИВОСТІ ПРЕМІАЛЬНОГО СЕГМЕНТУ	64
МЕДВІДЬ Анна. РОЗВИТОК КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ.....	66
МОГИЛЬ Дарина, ТИЩЕНКО Світлана. СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРИ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІЇ.....	69
МУЗИЧКО Анастасія. ТУРИ ВИХІДНОГО ДНЯ ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	72
НІГРУЦА Лада. СИСТЕМА ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	74
ОЛЕСІНЬ Іванна. ПРИРОДНО-ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАКАРПАТТЯ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ	77
ОСТАПЧЕНКО Анастасія. СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	79
ПАРХОМЧУК Андрій, ТИЩЕНКО Світлана. РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ	81
ПОПКОВА Ксенія. РИЗИКИ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	83
ПРИВЕДЬОН Валерія, ВАЛІНКЕВИЧ Наталія. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ТЕРМІНО-ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ	85

Третій фактор, який впливає на сприйняття круїзів на морі, полягає в тому, що якщо політична ситуація в регіоні порушується, на відміну від наземного курорту, лайнер може швидко відійти на безпечну відстань, так би мовити, і відплисти подалі від проблеми або зайти в альтернативний порт[3].

Питання епідеміологічної безпеки стали особливо актуальними після пандемії COVID-19. Випадки вірусних спалахів на круїзних лайнерах показали, що існуючі протоколи потребують вдосконалення. Поточні заходи включають регулярну дезінфекцію судна, вдосконалення систем вентиляції, огляд пасажирів перед посадкою та обмеження максимальної кількості пасажирів на борту.

Отже, безпека круїзних лайнерів - це багатовимірне питання, що включає технічні, організаційні та соціальні аспекти. Впровадження новітніх технологій, дотримання міжнародних стандартів і адаптація до сучасних викликів можуть допомогти підтримувати високий рівень безпеки пасажирів і екіпажу. Однак з розвитком круїзної індустрії заходи безпеки потребують постійного вдосконалення з урахуванням нових ризиків і загроз.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. INFLOT. Inflat Cruise & Ferry Ukraine. URL: <https://inflatcruises.com/ua/news/view/novye-mery-bezopasnosti-v-kruize> Дата звернення : 27.02.2025.
2. Center Cruises. URL: <https://center.cruises/uk/blog-are-sea-liners-safe-2/> Дата звернення : 26.02.2025.
3. Gates Group. URL: <https://4gates.com.ua/ukr/news/89/?srsId=AfmBOorzEwCOc3n6P0LvFttlucttaEDln2UsKcLwsH0NtE9sf-0xWoE6> Дата звернення : 27.02.2025.

Науковий керівник: д. філос. наук, професор Гарбар Г. А.

ПРОМОЦІЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

ЄРМОЛАЄВА Катерина,

здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»

спеціальності «Туризм і рекреація»,

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

Промоція туризму забезпечує успіх цієї галузі завдяки використанню інструментів комунікаційного маркетингу, які підвищують впізнаваність бренду та залучають споживачів до туристичних продуктів і послуг. Ефективне просування туризму базується на глибокому розумінні потреб клієнтів, створенні відповідних туристичних продуктів і використанні сучасних методів реклами та взаємодії [1].

Цифровий маркетинг (з англ. digital marketing) – це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування бренда або продукту. Головна мета цифрового маркетингу – залучення цільової аудиторії, побудова довготривалих відносин з клієнтами та збільшення продажів [1].

Італія – це країна, де культурна та природна спадщина поєднуються, щоб створити унікальні можливості для туризму. Географічне розташування та історичне багатство роблять її однією з найпопулярніших туристичних destinations у світі. Італія активно сприяє розвитку сталого туризму через впровадження екологічних ініціатив та підтримку культурної спадщини. Туристична галузь Італії динамічно зростає, що, з одного боку, сприяє економіці, але з іншого – створює навантаження на популярні локації.

Італія активно залучає молодь та корпоративний сектор, адаптуючи свої послуги для різних сегментів туристів. Ініціативи, як проєкт "Будинки за 1 євро" та "Відкрийте для себе Італію, яку ви не знали", спрямовані на підтримку малозаселених регіонів і розвантаження популярних туристичних напрямків. Поряд із конкуренцією від інших країн та викликами, пов'язаними з інфраструктурними обмеженнями, Італія зосереджує зусилля на інноваційному підході до маркетингу та модернізації інфраструктури.

Згідно з дослідженням Future Market Insights, туристична індустрія Італії демонструє стрімке зростання. Очікується, що до кінця 2024 року її обсяг сягне 27,3 мільярда доларів США, а до 2034 року зросте до вражаючих 51,2 мільярда доларів США. Це означає середньорічний темп зростання 6,5% протягом наступних десяти років [2].

Проте, є фактори, що суттєво гальмують зростання:

- перенаселеність та масовий туризм. Високий рівень відвідувачів може призвести до негативних вражень і зменшення інтересу до Італії;
- обмеження інфраструктури. Нестача інфраструктурних ресурсів може обмежити доступ до певних туристичних місць;
- конкуренція з іншими напрямками. Інші популярні туристичні напрямки можуть відвертати потоки туристів від Італії;
- проблеми збереження культури. Погіршення умов культурної спадщини може знизити привабливість для мандрівників.

Таким чином, зусилля уряду, бізнесу та громадськості Італії мають бути спрямовані на покращення туристичної інфраструктури, впровадження практик сталого туризму, активне збереження культурної спадщини і створення інноваційних програм, які забезпечуватимуть унікальні й автентичні враження для туристів.

Однією з ключових стратегій просування може стати регіон Умбрія. Незважаючи на меншу популярність, він має великий туристичний потенціал завдяки багатій культурній спадщині, мальовничим пейзажам, середньовічним містам та унікальним гастрономічним традиціям. Загалом, стратегія розвитку туризму в Умбрії ґрунтується на збереженні культурної спадщини, впровадженні новітніх технологій та сталому розвитку.

Створення різноманітних гастрономічних маршрутів. Розробка маршрутів, що дозволяють туристам насолодитися унікальними смаками Умбрії та

познайомитися з місцевими кулінарними традиціями. В цьому регіоні досі збереглися традиційні страви та способи приготування.

Розроблення історико-культурних маршрутів. Створення турів, що проходять через найважливіші історичні та культурні пам'ятки регіону. Якісні та цікаві програми зможуть привабити мандрівників будь-якого віку та з різних країн.

Створення маршрутів, що дозволяють туристам насолодитися красою природи Умбрії та познайомитися з її природним багатством. Екотуристи або свідомі подорожуючи залюбки відвідають національні парки, ліси, долини та інші природні об'єкти.

Створення інтерактивних музейних експозицій. Використання сучасних технологій для створення захопливих та інформативних виставок.

Залучення іноземних туристів шляхом партнерства з міжнародними маркетинговими агентствами для проведення масштабних рекламних кампаній в соціальних мережах та на популярних туристичних порталах.

У цілому, просування туризму в Умбрії можна вважати ефективним завдяки комплексним заходам. Однак, для забезпечення успіху необхідні додаткові кроки в напрямку сталого розвитку та стимулювання повторних візитів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Глушко В. Просування туристичних послуг. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. № 1. 2018. С. 86-96.
2. Italy Tourism Industry Analysis from 2024 to 2034. URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/italy-tourism-market> (дата звернення 27.10.2024)

Науковий керівник: д. е. н., професор Мельниченко С. В.

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНИХ ОБ'ЄКТІВ У РЕКРЕАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

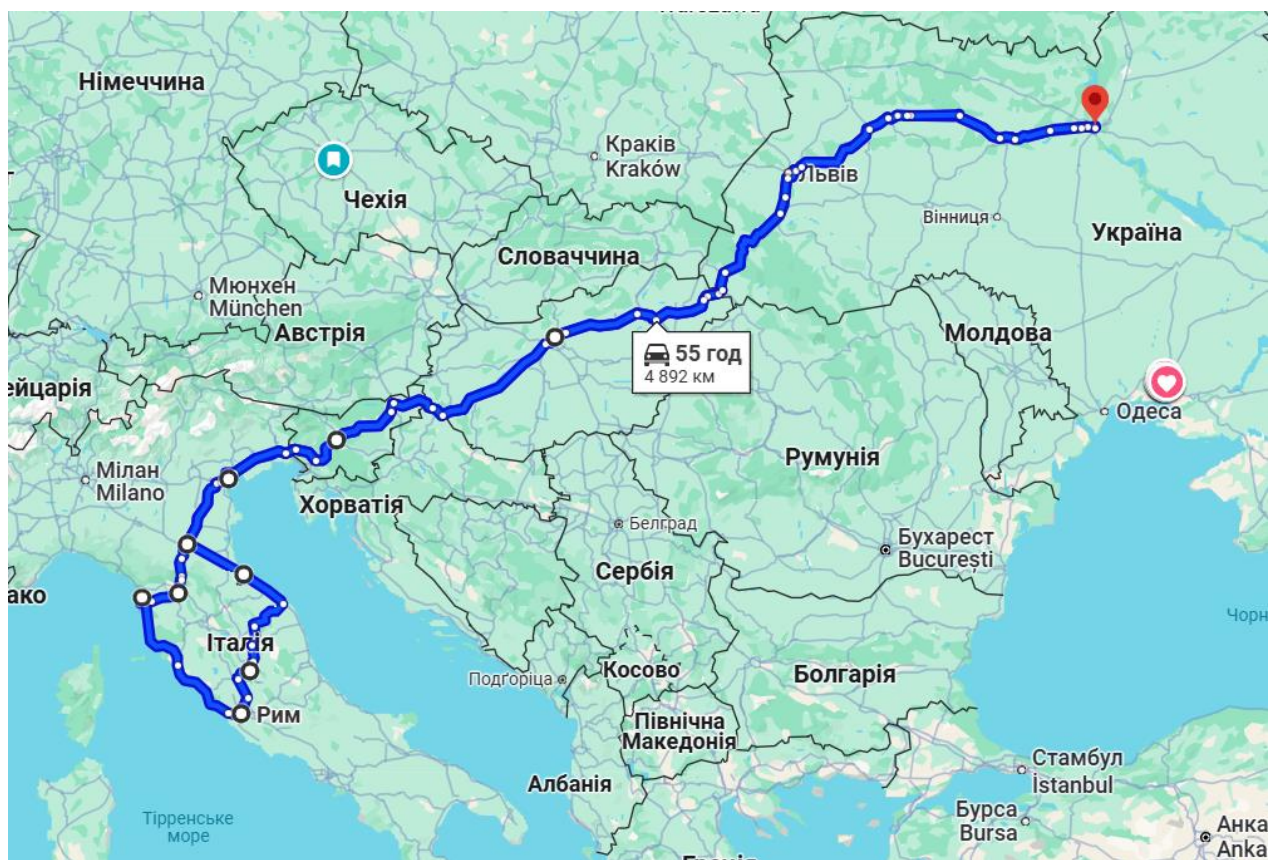
ЗЮКОВА Аня,

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

Криворізький державний педагогічний університет, м. Кривий Ріг

При організації рекреаційної діяльності, складовими якої, на думку В. І. Новикової, є туристська, екскурсійна, санаторно-курортна діяльність і відпочинок в межах поселення постійного місця проживання або поза ним, базу/основу становлять рекреаційно-туристські ресурси, що в свою чергу за

Карта маршруту



Рим



Венеція



Флоренція



Піза

