

## **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 дестинацій 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 подорожуючі 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.

**Міністерство освіти і науки України**  
**Національний університет біоресурсів і природокористування України**  
**Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця**  
**Національний університет харчових технологій**  
**Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного**  
**Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу**  
**Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства**

# **ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ**

## **ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

### **ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**12 березня 2025 року, Київ**

**КИЇВ 2025**

УДК 338.48:339.923:061.1ЄС(477)

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради ННІ неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол №9 від 20 березня 2025 р.)*

**Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України:** збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції (12 березня 2025 р.). Київ: НУБіП України. 2025. 350 с.

#### **Редакційна колегія:**

**Мельниченко С. В.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

**Сердюк М. Є.** – доктор технічних наук, професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

**Олюніна С. Л.** – викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції висвітлюються результати наукових досліджень студентської молоді з питань, присвячених євроінтеграційним процесам у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу України. У матеріалах розглядаються виклики та перспективи адаптації галузі туризму в умовах євроінтеграції, інноваційні технології в закладах HoReCa, туристичне країнознавство, організація дозвілля молоді.

Конференція проводиться з метою посилення профорієнтаційної роботи із залучення активної шкільної молоді до навчання в НУБіП України, посилення наукової складової підготовки здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» і «Магістр», оприлюднення результатів їх дослідницької роботи, підвищення ефективності, якості наукових досліджень, обміну досвідом і представлення результатів науково-дослідної діяльності, обговорення дискусійних питань та визначення пріоритетів подальшого розвитку науки.

Видання розраховане для здобувачів вищої освіти, дослідників, викладачів, суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори. Позиція редакції не завжди може збігатися з точкою зору автора.

© Колектив авторів, 2025

© НУБіП України, 2025