

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра психології, педагогіки і туризму

Кваліфікаційна робота бакалавра
на тему: «Особливості формування та реалізації туристичної політики в
Італії: досвід для України»

Допущено до захисту
«___» _____ 2021 року

студентки групи Т01–17
факультету перекладознавства
освітньої програми
Туристичне обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм
Даруги Яни Олександрівни

Завідувач кафедри
психології, педагогіки і туризму

Науковий керівник:
канд. істор. наук, доц. Лебедева І. М.

_____ д-р. пед. наук, проф. Матвієнко О. В.
(підпис)

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ.....	7
1.1. Теоретичні підходи до визначення туристичної політики держави.....	7
1.2. Міжнародне співробітництво в регулюванні та управлінні сфери туризму як складова державної політики.....	14
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ІТАЛІЙСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ.....	20
2.1. Структура управління туристичною галуззю Італії.....	20
2.2. Нормативно-правова база державного регулювання сфери туризму в Італії.....	25
2.3. Провідні туристичні центри країни	28
2.4. Спеціалізовані види туризму в Італії.....	44
2.5. Індустрія гостинності Італійської Республіки.....	48
РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ІТАЛІЇ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	58
3.1. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Італії на сучасному етапі.....	58
3.2. Рекомендації щодо використання досвіду Італії для розвитку туристичної галузі в Україні.....	64
ВИСНОВКИ	72
РЕЗЮМЕ / RESUME.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	79
ДОДАТКИ	85

ВСТУП

Актуальність теми. Італія – одна з найбільш відвідуваних країн Європи з унікальною історією, дивовижними архітектурними та мистецькими шедеврами, які збереглись до наших днів, стійкими кулінарними традиціями та сприятливими кліматичними умовами. Ця країна має велику перевагу: оточена п'ятьма морями і має найдовшу берегову лінію серед курортів Середземномор'я, з багатокілометровими пляжами, значною кількістю великих і малих курортних міст. Сьогодні Апеннінський півострів, на якому розташована Італія, по праву вважається одним з провідних світових туристичних центрів. У регіоні Середземномор'я на нього припадає більше третини всіх гостьових відвідин.

Країна має розгалужену мережу готельних закладів, кожен з яких попри свій рейтинг прагне розширити свій потенціал та збільшити свою частку на ринку. За кількістю готельних місць, країна займає чи не першу позицію в Західній Європі. Крім того, Італія славиться присутністю на своєму ринку готельних підприємств таких світових готельних брендів, як Marriott, Westin, St. Regins, Accor, Holiday Inn, Forte Hotels, Le Meridien.

Кожен туристичний центр Італії по-своєму особливий та незабутній. Рим – по праву найвідоміший центр екскурсійно-пізнавального туризму, який, безперечно, вразить кожного мандрівника своїми об'єктами світової архітектурної та мистецької спадщини, а також парками, садами та незабутніми краєвидами. Венеція ж осередок культурної спадщини Італії, особливістю якої є те, що рух цілком здійснюється завдяки річковому транспорту, а кожна архітектурна пам'ятка – шедевр, який не полишає дивувати туристів. Флоренція та Мілан є центрами мистецтва, які вдало поєднують у собі як дух стародавніх епох так і сучасні тенденції розвитку моди, художнього мистецтва та архітектури.

Водночас значний обсяг туристів, які щороку відвідують різні куточки Італії, призводить і до певних негативних моментів, таких як збільшення

кількості відходів, перевантаженість транспортних магістралей та багато іншого, у зв'язку з чим влада Італійської Республіки змушена замислюватись на розробкою та впровадженням нових підходів у туристичній діяльності задля одночасного задоволення потреб мандрівників та збереження історичної та культурної спадщини країни.

У структурі економіки Італії туристична галузь займає важливе місце, що обумовлює постійну увагу очільників держави до цієї сфери. Уряд опікується проблемами галузі, створюючи сприятливі умови для діяльності підприємств туристичного сектору. Зокрема, міжнародні подорожі вимагають урядової співпраці, наприклад, у двосторонніх переговорах з авіакомпаніями, рішеннях щодо надання послуг, взаємодії з іншими секторами економіки, використанні державних ресурсів, таких як національні парки, визначні пам'ятки та ін., для залучення туристів, видачі туристичної візи та фінансування маркетингу певних напрямків.

Постановка проблеми та ступінь розробленості теми. Таким чином, актуальним залишається вивчення питання реалізації туристичної політики в Італії, розвитку туризму в італійських туристичних центрах, планування та реалізації заходів з метою сприяння розвитку туристичного сектору Італії з урахуванням нинішніх загроз.

Досвід Італійської Республіки у галузі розвитку туризму потребує ретельного вивчення та узагальнення. Вирішення даної проблеми може бути корисним для України з огляду на те, що одним з нагальних завдань, які стоять перед керівництвом нашої держави, є вироблення умов для прискореного розвитку туристичної галузі. Зокрема, у «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», ухваленій Кабінетом Міністрів України у 2017 році, одним з основних завдань визначена необхідність розробки урядом щорічних планів заходів з метою пришвидшеного розвитку туристичної сфери України.

Метою дослідження є комплексний аналіз особливостей розвитку туристичної галузі Італії, дослідження процесу формування та реалізації

урядової політики в галузі туризму, узагальнення досвіду уряду Італійської Республіки у цій сфері, розробка на підставі цього аналізу практичних рекомендацій для впровадження у туристичній галузі України.

Визначення мети дипломної роботи, зумовило постановку і розв'язання таких *завдань*:

- виділити та проаналізувати сутність поняття туристична політика держави та окреслити її основні ознаки;
- ознайомитись з особливостями формування та реалізації туристичної політики в Італійській Республіці;
- охарактеризувати головні туристичні напрямки на території Італійської Республіки;
- розглянути основні види туризму в країні;
- охарактеризувати індустрію гостинності Італії;
- проаналізувати сучасні проблеми розвитку туризму в країні;
- визначити перспективні напрямки для майбутнього розвитку туристичної діяльності на території Італії;
- сформулювати рекомендації щодо застосування досвіду Італії у галузі сприяння розвитку туризму для України.

Об'єктом дослідження є туристична політика Італійської Республіки.

Предметом дослідження є особливості формування та реалізації політики в галузі туризму в Італії, актуальні проблеми та перспективи розвитку туризму в Італії з метою формулювання рекомендацій для впровадження у сфері туризму в Україні.

Методи дослідження: аналізу, синтезу, узагальнення, бібліографічно-статистичний та порівняльний.

Інформаційна основа дослідження. Науково-теоретичною базою кваліфікаційної роботи стали наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених щодо організації туристичної політики та характеристики туристичної індустрії Італії. Це роботи таких авторів: О.О. Любіцева, В.В. Смаль, А.Ю. Парфіненко,

М.П. Мальська та інших. Також були використані офіційні італійські веб-сайти та урядові портали Італійської Республіки.

Ступінь вирішення проблеми в дослідженні та практичне значення одержаних результатів. Теоретичне значення кваліфікаційної роботи полягає в узагальненні наукових досліджень про формування та реалізації туристичної політики Італії та використання цього досвіду для України. Отримані в результаті виконання кваліфікаційної роботи дані можуть бути використані студентами та викладачами.

Наукова новизна. Кваліфікаційна робота є узагальненням відомостей про структуру та реалізацію туристичної політики Італії. Здійснене комплексне дослідження різних аспектів туристичної політики країни та структури управління туристичною галуззю Італії, а також сформульовано рекомендації щодо використання досвіду Італії для розвитку туристичної галузі України.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Головні положення та результати дослідження були представлені у вигляді тез доповіді під час Міжнародної науково-практичної конференції «Ad orbem per linguas. До світу через мови» (Київ, 13–14 травні 2021 року) на тему «Особливості розвитку туристичної галузі Італії на сучасному етапі».

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи 93 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичні підходи до визначення туристичної політики держави

Успішне функціонування системи туризму не може існувати без планування, регулювання, координації та контролю з боку державних органів влади, одним із завдань яких є розробка і реалізація туристичної політики. Інтереси туристичної сфери враховуються при визначенні різних напрямів державної політики, а саме: соціального, економічного та культурного, а також є частиною внутрішньої та зовнішньої політики держави.

У документах Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) йдеться про необхідність участі держави у розробленні та проведенні політики, спрямованої на забезпечення гармонійного розвитку внутрішнього та міжнародного туризму. Наприклад, у Хартії туризму, прийнятій Генеральною асамблеєю Всесвітньої туристичної організації у 1985 р., відзначається, що необхідно «проводити туристичну політику відповідно до політики загального розвитку, що проводиться на різних рівнях – місцевому, регіональному, національному та міжнародному, – і розширювати співробітництво в галузі туризму як на двосторонній, так і на багатосторонній основі, включаючи для цієї мети також можливості Всесвітньої туристичної організації» [24].

Також важливо зазначити, що сама держава є головним, але не єдиним суб'єктом реалізації туристичної політики. У реалізації останньої також беруть участь органи місцевого самоврядування, професійні та громадські організації, різні підприємницькі структури. Однак держава відіграє провідну роль при визначенні пріоритетів та ринкових умов розвитку туристичної сфери певної країни [28, с. 3].

У наукових джерелах існують різні підходи до визначення поняття туристичної політики.

Герасименко В.Г. зазначає: «Туристична політика – це система методів, впливів і заходів соціально-економічного, правового, зовнішньополітичного, культурного й іншого характеру, яка здійснюється парламентами, урядами, державними і приватними організаціями, асоціаціями і закладами, що відповідають за туристичну діяльність, з метою регулювання і координації туристичної галузі, створення умов для розвитку туризму» [3, с. 39].

Любіцева О.О. надає таке визначення: «Державна туристична політика є комплексом заходів правового, економічного і організаційного порядку, підкріплена відповідними управлінськими інститутами, діяльність яких пронизує всі управлінські рівні і спрямована на узгодження державних, бізнесових і місцевих інтересів на ринках туристичних послуг різного порядку»[6, с. 63].

Севастьянова С.А. описує туристичну політику так: «Національна туристична політика являє собою сукупність державних дій та заходів, що визначають створення рамкових умов для розвитку туристичної індустрії, раціональне використання туристичних ресурсів, підвищення економічної ефективності досліджуваної галузі» [14, с. 40].

Серед різноманітних факторів, за допомогою яких відбувається формування туристичної політики, слід зазначити:

- природні умови країни (клімат, географічне положення, рельєф, флора, фауна), які мають вплив на туристичну політику в залежності від їх наявності або відсутності, а також раціонального або нераціонального використання в цілях туризму;
- транспортні умови, що визначають доступність об'єктів туристичного інтересу;
- соціальні, економічні та правові умови розвитку туризму.

Сама туристична політика не формується лише завдяки внутрішнім умовам. Коли певна країна виходить на міжнародний туристичний ринок, то вона бере участь у системі конкурентних відносин з іншими державами. Якщо

туристична політика оптимально сформована та реалізована, то місце і роль країни на ринку міжнародного туризму буде вище та краще [9, с. 130-150].

Цілі та завдання туристичної політики залежать від ступеня розвитку туристичної індустрії та умов (економічних та історичних), які присутні на даний момент в країні. Можна сказати, що цілі формуються таким чином:

- успішне використання наявного туристичного потенціалу;
- покращення оснащення об'єктів туристичної індустрії;
- гармонізація розвитку туризму з урахуванням особливостей природних умов;
- підвищення відсотка зайнятих місць;
- збільшення рентабельності функціонування підприємств туристичної індустрії в «мертві» сезони;
- забезпечення оптимального співвідношення між ціною і результатом;
- залучення клієнтури шляхом надання різноманітних товарів і послуг;
- постійна адаптація пропозиції до зміни смаків споживачів;
- заохочення співробітництва між організаціями, що займаються туризмом;
- інтенсивний і ефективний розвиток сфери реклами [10, с. 119-123].

Загалом, цілі державної туристичної політики поділяються на соціально-економічні, соціальні та економічні.

Основним завданням туристичної політики являється відновлювання фізичних та духовних сил туристів. До економічних цілей відносять: створення сприятливого інвестиційного клімату, правильне використання ресурсів регіону. До соціальних – безпека туристів, збагачення культурного рівня туристів. До соціально-економічних – повне та якісне задоволення потреб (духовних та фізичних) у туристів [28, с. 41].

Детально цільова структура туристичної політики описана на рис. 1.1.

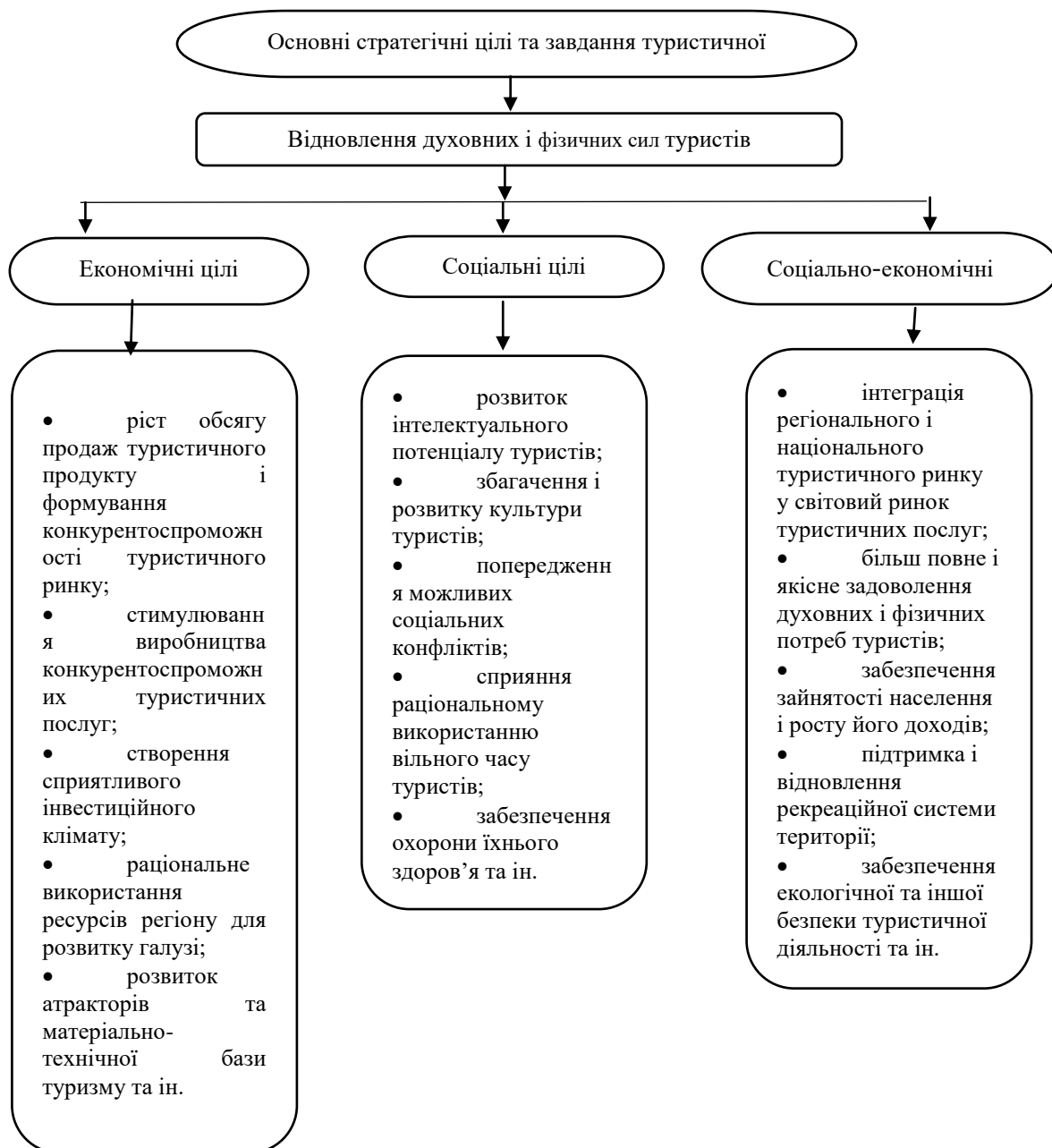


Рис. 1.1 Цільова структура туристичної політики (побудовано за [10])

Туристична політика реалізується на трьох рівнях: міжнародному, національному та регіональному. На кожному з них виділяють певні цілі та враховують певну специфіку.

Якщо говорити про міжнародний рівень, то туристична політика формується такими установами: Об'єднана федерація асоціацій туристичних агентств, ЮНВТО, Всесвітня рада з туризму і подорожей, Міжнародна асоціація готелів і ресторанів, Міжнародна асоціація повітряного транспорту та інші.

Наприклад, ЮНВТО забезпечує розвиток міжнародного туризму, займається питаннями щодо безпеки та доступності подорожі, міжнародної співпраці в туристичній галузі, складання правової бази тощо.

Якщо говорити про національний рівень туристичної політики, то він є провідником для здійснення регіональної туристичної політики. На цьому рівні зазвичай розглядають та визначають подальші етапи розвитку туристичної галузі та створюють цільові програми для його розвитку [29].

Якщо говорити про регіональну туристичну політику, то на цьому рівні зазвичай займаються створенням програм для розвитку туризму, які у свою чергу базуються на своєрідних умовах та завданнях розвитку певної території. Рівні реалізації туристичної політики наведені на рис. 1.2 (на прикладі України).

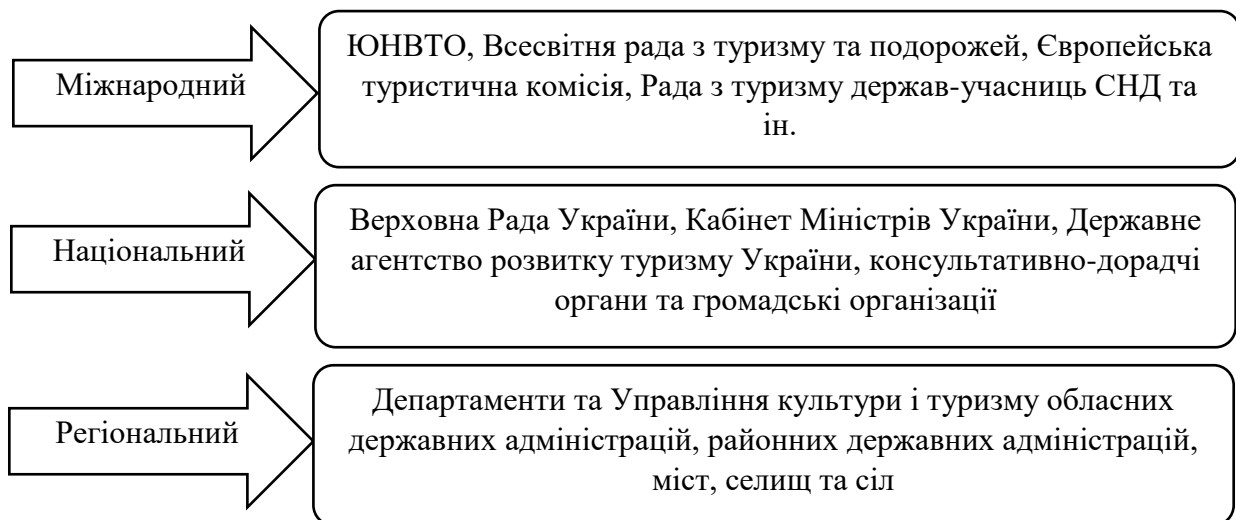


Рис. 1.2. Рівні формування та реалізації туристичної політики держави (побудовано за [10])

Туристична політика здійснюється через систему державного управління, тому можна виділити три групи методів реалізації, що відрізняються способами впливу:

- адміністративно-правові;
- фінансово-економічні;
- соціально-психологічні [2, с. 6].

Найбільш поширеним методом являється фінансово-економічний, адже він водночас і дає можливість суб'єктам ринку зберегти право на вільний вибір своєї поведінки, і підштовхує їх діяти в потрібному напрямку для суспільства.

Група соціально-психологічних методів, у свою чергу, спонукає на саме споживання туристичного продукту.

Методи реалізації туристичної політики наведені на рис. 1.3.

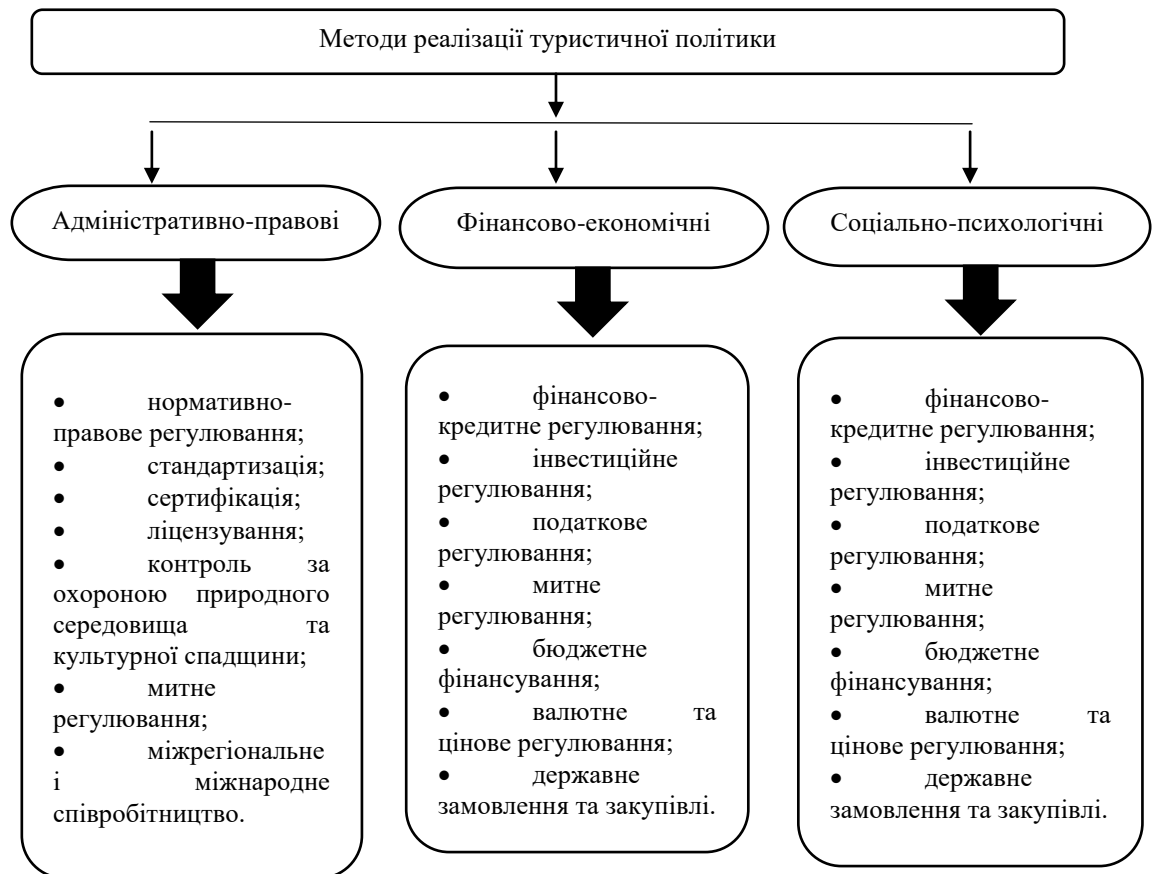


Рис. 1.3. Узагальнена схема методів та інструментів реалізації туристичної політики держави (побудовано за [10])

Для оцінювання ефективності туристичної політики держави можна використати рейтинг конкурентоспроможності країн, яким керуються у сфері туризму та оприлюднюють експерти Всесвітньо економічного форуму [50]. Цей індекс включає три субіндекси:

- нормативно-правова база у сфері туризму;
- туристичне бізнес-середовище та інфраструктура;
- людські, культурні та природні ресурси кожної країни у сфері туризму.

Варто зазначити, що цей індекс являється саме оцінкою тих методів, які використовує держава задля покращення туристичної галузі [10, с. 119-123].

У міжнародній практиці, в силу сформованих факторів політичного та економічного характеру, діють різноманітні національні системи формування, управління і регулювання туризму. Умовно можна виділити три типи (моделі) державного управління туризмом.

У першій моделі державного управління туризмом НТА (національні туристичні адміністрації) повністю відсутні. В даному випадку питання, що стосуються діяльності туристичної галузі, вирішуються цілком на місцях за принципом ринкової «самоорганізації». Така модель діє, наприклад, у США. До переходу до моделі без НТА у Сполучених Штатах Америки послужив ряд обставин, зокрема скасування в 1997 році державного відомства по туризму з метою скорочення витрат федерального бюджету. Стійкий статус країни на світовому туристичному ринку, впевненість в інтересі до своєї країни з боку іноземних туристів, а також наявність потужних приватних туристичних компаній, що володіють сильним рекламним потенціалом в інтересах всього національного ринку, дозволяють США дотримуватися першої моделі.

Друга модель державного управління туризмом, на відміну від першої, передбачає наявність досить впливового і авторитетного відомства, що здійснює самостійний вагомий нагляд в області даної галузі. Ця модель поширена в таких країнах, як Туреччина, Греція, Єгипет, Туніс, Мексика та ін., які активно розвивають потік відвідування зарубіжних туристів. Дана модель, згідно з результатами, вважається ефективною. Однак, успішність дії цієї моделі залежить від певних умов. Зокрема, уряди вищезазначених країн змушені щорічно виділяти значні кошти на державне інвестування в туристичну інфраструктуру, маркетинг і рекламу з власних державних бюджетів. Подібні державні інвестування в туризм демонструють важливість галузі для економік цих країн.

Такі країни, як Іспанія, Франція, Італія, Великобританія, Росія, Білорусь, дотримуються третьої моделі державного управління туризмом, який

передбачає, що національні туристські компанії входять до числа багатовекторного відомства, переважно з фінансової спрямованістю.

Відносно особливостей розвитку державного управління туризмом у країнах з третьою моделлю можна виділити нижченаведені аспекти. У Франції питання щодо регулювання і управління галуззю, дотації і міжнародних відносин у галузі туризму знаходяться в компетенції Державного секретаріату з питань туризму та Управління туризму в складі Міністерства транспорту та громадських робіт. Однак в країні, крім офіційного відомчого представника, діє численний ряд органів – учасників в управлінні туризмом з «правом дорадчого голосу».

Відмінною особливістю державного управління туризмом в Італії є те, що внутрішнім туризмом здебільшого займаються місцеві туристські адміністрації, які мають досить широке коло повноважень. Міжнародним туристичним ринком управляє Національне управління по туризму (ENIT – Ente Nazionale Industrie Turistiche) [31].

Отже, туристична політика є невід’ємною частиною кожної країни, адже вона допомагає в плануванні внутрішнього та міжнародного туризму. Туристична політика має на меті успішне використання потенціалу країни та збільшення кількості туристичних потоків. Вона може реалізуватися на трьох рівнях: міжнародному, національному та регіональному. Також можна виділити три моделі державного управління туризмом, кожна з яких має свої переваги та недоліки.

1.2. Міжнародне співробітництво в регулюванні та управлінні сфері туризму як складова державної політики

Коли значимість туризму для економіки країни збільшується, то зростає й участь країни у діяльності різноманітних міжнародних організаціях. Найголовнішою організацією у туристичній сфері є Всесвітня туристична організація (ВТО). Важливими є й інші організації у цій галузі, а саме

Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA) і Міжнародна організація цивільної авіації (ICAO). Також існують і регіональні організації, наприклад, Європейська комісія подорожей, Азіатсько-Тихоокеанська асоціація подорожей, Карибська туристська організація та інші [26].

В основному робота цих організацій включає маркетингову діяльність, а саме просування та надання технічної допомоги. ВТО являється оперативним органом, аніж дорадчим. Робота ВТО полягає в допомозі країнам, які входять до її складу, а також у дослідженні туристичного ринку та підприємств, різних тенденціях світового туризму та його впливу, економічно-фінансовому аналізі. Ця організація також надає статистичну інформацію та дані в сфері туризму, виступає спонсором для країн у питаннях підвищення якості кваліфікації працівників та пропонує допомогу країнам в туризмі для покращення стану їх економіки.

ВТО є послідовником Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій (далі – УОТО) і об'єднує майже 100 національних туристичних організацій, починаючи з 1946 року. Засновано ВТО було у 1975 році на надзвичайній Генеральній асамблеї УОТО, яка з 17 по 23 вересня проходила в Мексиці. Тоді ця організація почала першою проводити міжнародні події, якими до цього займалося УОТО.

У ВТО виділяють чотири етапи членства.

До звичайного входять держави, які ратифікували або погодилися з конституційним статутом ВТО.

Інші – це асоційовані члени ВТО. Сюди належать Нідерландські Антильські острови, Гібралтар і Макао. Ватикан тут вважається постійним спостерігачем [32].

На сьогоднішній день до складу ВТО входить 157 країн, 6 територій і понад 500 афілійованих членів. Всі ці установи беруть участь у туризмі. Сюди належать турагентства, готельно-ресторанні підприємства, авіакомпанії, туристичні центри та інші [26].

Усі зазначені установи знаходяться в Комітеті членів, які приєдналися до ВТО та платять йому внески. Вони можуть брати участь у роботі різних органів ВТО, яку інші міжнародні установи не можуть виконувати.

До ВТО входить: Генеральна асамблея, Виконавча рада, Генеральний секретаріат, Регіональний комітет, Комітет з категорії членів, що приєдналися до ВТО, та різні комісії і спеціалізовані комітети.

Генеральна асамблея являється вищим органом у ВТО, до неї входять різні делегати, починаючи від дійсних до асоційованих членів. Сесія проводиться два рази на рік з метою визначення питання бюджету організації та формулюванням різноманітних рекомендацій. Було сформовано шість регіональних комісій Генеральною асамблеєю: для Африки, Америки, Європи, Близького Сходу, Східної Азії та Тихоокеанського регіону. Дані комісії можуть заохочувати внутрішній регіональний туризм та здійснювати рекомендації асамблеї у відповідному регіоні.

До Виконавчої ради входить 20 країн-членів, які обрані асамблеєю. Вони також зустрічаються два рази на рік, аби розробити план заходів, необхідних для виконання резолюцій, які було прийнято Генеральною асамблеєю. Виконавча рада відповідає за бюджет організації.

При даній раді існують наступні виконавчі органи:

- Технічний комітет по програмі і координації, який займається розглядом питань, які стосуються загалом програмою роботи організації;
- Бюджетно-фінансовий комітет, головним завданням якого є аналіз фінансових питань;
- Комітет з довкілля;
- Комітет по спрощенню формальностей, головним завданням якого є питання пересування громадян в міжнародному та національному питанні;
- Комітет по статистиці, який займається створенням різних рекомендацій та аналізом статистичних даних як в міжнародному, так і в національному масштабі;

- Підкомітет з розгляду членства в категорії членів, що приєдналися. Він приймає на розгляд заяви на членство в ВТО та готує певні рекомендації.

Генеральний секретаріат знаходиться у Мадриді. До його складу входять 85 міжнародних представників та Генеральний секретар, який застосовує директиви асамблеї і ради. Його обирають кожні чотири роки. Генеральний секретар розпоряджається організацією, рахунками ради та представляє програму взаємин з урядами країн-учасниць.

Європейська комісія подорожей була сформована в 1948 р. організаціями європейських держав та об'єднує 21 країну. Європейський союз контролює роботу цієї комісії. Метою комісії є:

- проведення різноманітних досліджень в туризмі;
- кооперація міжнародного туризму в Європі;
- використання досвіду для подальшого розвитку туризму та маркетингових досліджень;
- популяризація туристичного продукту в інших країнах Європи, Північній Америці та Японії.

Майже кожна країна має національні туристичні організації. Одні безпосередньо входять до складу уряду, як в Іспанії та Франції, інші формуються незалежно від уряду, прикладом такого створення може бути Великобританія. Також туристична організація може підтримуватись федеральним урядом, наприклад, як Адміністрація подорожей і туризму у США. Саме ця установа представляє США у ВТО і виконує такі зобов'язання:

- поширює подорожі у США;
- усуває перешкоди у розвитку туризму;
- збирає туристичну інформацію для подорожуючих;
- популяризує дешеві тури та послуги.

Зазвичай у провідних туристичних державах формують міністерства з туризму, таке трапляється навіть в острівних країнах. Багато держав створюють державний департамент з туризму, що знаходиться під контролем Міністерства

економіки або ж департамент зовнішньої торгівлі чи туристичний відділ, який підпорядковується Міністерству у справах молоді, спорту та розваг. Туризм під контролем місцевої адміністрації зазвичай знаходиться у країнах з децентралізованою владою. Федеральний уряд і місцеві органи також іноді можуть ділити питання з розвитку туризму між собою.

Національні туристичні організації у певних країнах можуть мати свій статут та бути приватними, а їх дохід іде від різних ресурсів. Кількість та присутність цих установ залежить від попиту на їх послуги на ринку. Щоб національні туристичні організації (далі – НТО) могли займатись комерційною діяльністю, деякі країни ввели спеціальні податки на приватний сектор, щоб НТО могли функціонувати і далі.

До обов'язків НТО входить:

- реалізація на міжнародному рівні національної політики з туризму;
- укладання багатосторонніх угод між країнами-учасницями для того, щоб збільшити кількість туристичних потоків;
- здійснення маркетингових досліджень для аналізу туристичного ринку;
- раціональне використання туристичних ресурсів та їх збереження;
- бюджетні кошти та їх регулювання;
- забезпечення фінансового співробітництва;
- просування туристичних послуг на різних міжнародних рівнях;
- планування та реалізація розвитку туризму;
- контроль туристичних підприємств (класифікація готелів та ресторанів, ліцензування установ, регулювання в готельній індустрії);
- аналіз та публікація статистичних даних в туристичній галузі;
- заходи щодо полегшення проведення митного та прикордонного контролю;
- організація спеціальних структур для прийому гостей та надання їм туристичної інформації;

- надання спеціальної підготовки в туристичній галузі (навчальні програми, професійні курси, семінари);
- охорона навколишнього середовища;
- проведення кампанії щодо захисту пам'яток культури та мистецтва.

Для контролю за виконанням цих обов'язків WTO створила службу маркетингу. Вона являється багатофункціональною та відіграє важливе значення. Ця служба розробляє та здійснює маркетингову стратегію організації та просуває туристичний продукт країни за допомогою рекламних матеріалів.

Для співробітництва з НТО в деяких державах світу фахівці формують професійні некомерційні організації, які виступають у ролі консультативних рад – рад з туризму.

Їх об'єднано в недержавні спеціалізовані міжнародні організації таким чином:

- Всесвітня асоціація туристичних агентств і туроператорів (WATA);
- Міжнародна рада турагентств (ICTA);
- Універсальна федерація асоціацій турагентів (UFTAA).

Цілями даних міжнародних установ є обмін досвідом між фахівцями країн, сумісні ідеї щодо туристичної політики і активне закріплення власних інтересів у міжнародних організаціях [32].

Отже, головною установою, яка керує туристичною сферою, являється Всесвітня туристична організація. WTO допомагає країнам-учасникам, які входять до її складу, а також займається збиранням статистичних даних в туристичній сфері. До складу WTO входять різні комісії та спеціалізовані комітети, а вищим органом вважається Генеральна асамблея. Також більшість країн мають свої національні туристичні організації, метою яких є укладання різних угод між країнами-учасниками, аби збільшити туристичні потоки; аналіз статистичних даних; регулювання коштів; поширення туристичного продукту на міжнародний рівень тощо.

РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ІТАЛІЙСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ

2.1. Структура управління туристичною галуззю Італії

Туризм в Італії по праву вважається найбільш пріоритетним напрямком державної політики, який кожного року приносить країні значний прибуток. Італійська Республіка має добре розвинену туристичну індустрію, чим приваблює близько 60 млн іноземних туристів щороку.

Особливістю системи державного управління туризмом в Італії є те, що внутрішнім туризмом керують місцеві туристичні адміністрації, які мають досить широке коло повноважень, а міжнародним туристичним ринком займається Національне управління з туризму (далі – ENIT). Місцеві або регіональні турадміністрації адміністративно підпорядковуються Департаменту з туризму, який входить до складу Міністерства виробничої діяльності. В цілому Департамент по туризму в Італії координує роботу місцевих турадміністрацій, розробляє нормативно-правові акти, що стосуються питань розвитку туризму, займається аналітичними та статистичними дослідженнями, опрацьовує питання участі в міжнародному туристичному процесі. У свою чергу, місцеві турадміністрації в рамках локації займаються питанням ліцензування, класифікації готелів. Ці органи мають право на рекламу свого регіону, як на внутрішньому, так і на міжнародному туристичному ринку. ENIT як провідний представник Італії на міжнародному туристичному ринку здійснює функції координації туристичних операторів за кордоном, організації спеціальних маркетингових досліджень і рекламно-інформаційної роботи. ENIT також адміністративно підпорядковується Департаменту з туризму. Його діяльність цілком фінансує державний бюджет. Штат ENIT налічує двісті чоловік. У шістнадцяти країнах світу працюють двадцять представництв цієї організації [30].

У Конституції Італії у розділі 5 (статті 114-133) прописаний поділ відповідальності між державою і місцевими органами влади (областей, автономних органів, провінцій і муніципалітетів). Місцева влада має право регулювати всі питання, які не знаходяться у виключній компетенції держави [47].

Оскільки туризм є частиною цих питань, регіони Італії можуть відігравати важливу роль у всіх основних сферах туризму, в тому числі:

- планування та розробка туристичної діяльності на регіональному та місцевому рівнях;
- просування стратегічних маркетингових заходів;
- управління Європейськими структурними фондами;
- управління діяльністю, пов'язаною з туристичними регіональними структурами;
- управління діяльністю, пов'язаною туристичними організаціями та фахівцями цього сектору.

Тобто, можливості держави втручатися в питання регіональної влади обмежені. Втручання держави, в основному, зосереджено на питаннях національної важливості [55].

Конституція встановлює координацію між різними адміністративними рівнями тільки для тих заходів, які знаходяться в межах повноважень держави, наприклад, громадський порядок, безпека та імміграція. Тобто, для сфери туризму не передбачена координація між державою і регіонами. Проте заходи, спрямовані на розвиток туризму, на державному і регіональному рівнях доповнюють один одного і скоординовані на основі взаємної угоди. Обов'язки часто розділені в рамках угод по індивідуальних проектах. Узгодження між державою і регіонами має особливе значення для просування Італії за кордоном. У регіонах необхідно використовувати якомога більше можливостей капіталізації, щоб зробити бренд «Італія» відомим. Децентралізація державних повноважень дає регіонам можливість конкурувати або співпрацювати один з одним. Конкуренція між регіонами може сприяти створенню більш ефективної

регіональної структури. Також конкуренція може бути стимулом для розвитку структур і розробки інновацій.

Процес децентралізації повноважень передбачає, що головна відповідальність за розвиток і просування туризму належить регіонам. Регіони мають право встановлювати свою власну стратегію і регулювати втручання в сферу туризму. Саме регіони визначають, як краще розвивати і просувати туризм, а також визначають рівень пріоритету туризму в політиці. Децентралізація дає регіонам можливість забезпечити гнучке управління структури, а також дозволяє взаємодіяти і співпрацювати з урядом [54].

Відповідальною установою в італійській туристичній галузі було обрано Президію Ради Міністрів ще в 2006 році. Надалі ця Рада створила Департамент з розвитку і конкурентоспроможності, який реалізовує політику центрального уряду в туристичній галузі та має можливість культивувати власні ідеї. Департаменту підпорядковуються два управління: Управління з планування, координації та інституційних відносин та Управління культурної спадщини і туристичних визначних пам'яток [30].

Департамент розвитку та конкурентоспроможності туризму складається з двох офісів високого рівня. Це Управління з програмування, координації та інституціональним відносинам, а також Управління по оцінці туристичного спадщини і по управлінню заходами. Управління з програмування, координації та інституціональним відносинам є мозковим центром департаменту. Воно відповідає за програмування і реалізацію національних і європейських туристичних стратегій та ініціатив, а також забезпечує функцію координації між основними зацікавленими сторонами. Офіс також відповідає за нагляд за діяльністю ENIT, займається підтримкою і розвитком відносин з ЄС і міжурядовими організаціями, здійснює аналіз туристичного ринку. Крім того, цей офіс відповідає за розвиток і підтримку відносин шляхом технічної допомоги та підтримки регіонів і місцевих структур. Аналогічні обов'язки передбачені також для підтримки приватного сектора (підприємств, асоціацій тощо). Невід'ємною частиною цього офісу є Національна туристична

обсерваторія, через яку уряд збирає і поширює висновки провідних туристичних аналітиків і експертів країни. За допомогою Обсерваторії можна отримати необхідну інформацію та легко провести власне дослідження щодо розвитку туризму.

Управління по оцінці спадщини, яка представляє туристичний інтерес, виконує і реалізує державні ініціативи, пов'язані з туризмом. Воно надає допомогу і стимули для розвитку туристичного попиту, наприклад, матеріальну допомогу італійським сім'ям з низьким доходом у поїздках по Італії в міжсезоння, що є урядовою мірою для стабілізації туристичного попиту. Підрозділ також просуває інвестиції як в Італії, так і за кордоном, і бере участь у проектах, співфінансованих ЄС [49].

Роль ENIT – просувати туристичну Італію на міжнародних ринках. ENIT розробляє міжнародні маркетингові стратегії у співпраці з місцевою владою та іншими зацікавленими сторонами для просування італійського туризму за кордоном. Він пропонує дослідження ринку, консультації, послуги в області зв'язків з громадськістю та можливості просування продажів галузям і організаціям, пов'язаним з туризмом. Що стосується управління, діяльність ENIT контролюється Департаментом розвитку та конкурентоспроможності при Президентові Ради міністрів.

Можна сказати, що перед ENIT стоять такі завдання:

- розробка міжнародного іміджу та бренду Італії;
- залучення туристів до країни, особливо до найменш відвідуваних туристичних об'єктів;
- забезпечення у світі певного образу Італії та збереження його на міжнародному ринку;
- діяльність, яка спрямована на задоволення потреб подорожуючих.

Прикладом такого просування бренду Італія може бути створення ENIT логотипу Італії зі слоганом, що означає «Італія залишає свій слід». Логотип створила британська компанія «Landor Associates», яка займається створенням подібних брендів для різних країн світу. Літери на цьому логотипі написані з

нахилом, що характеризує стрімкий рух та пластичність. Чорна літера «I» позначає італійську традиційну культуру, а зелена літера «T» символізує мальовничу природу держави [30].

Постійний координаційний комітет з питань по туризму було створено в липні 2010 року з метою налагодження і поліпшення координації між державою і регіонами. Комітет очолює міністр туризму, він складається з представників з 20 регіонів і автономних провінцій Тренто і Больцано. До комітету можуть входити представники міністерств закордонних справ, економіки та фінансів, економічного розвитку, інновацій в державному управлінні, навколишнього середовища, транспорту і регіональних справ.

Національна адміністрація з туризму підтримує тісні зв'язки з приватним сектором. Він через представників промислових та професійних асоціацій бере участь у всіх важливих зборах, де є необхідним поділитися досвідом у туристичній галузі чи надати консультації з різних питань. Наприклад, на Конференції регіонів представники промислових асоціацій можуть запропонувати свій погляд на розвиток туристичної політики країни.

Спеціальний підрозділ в Управлінні з програмування, координації та інституціональним відносинам відповідає за технічну допомогу, програмування та інституційні відносини з підприємствами та їх основними асоціаціями (Federturismo, Confturismo і Assoturismo). Зустрічі проводяться на регулярній основі і організовуються у вигляді неформальних робочих зустрічей [50].

Отже, в Італійській Республіці Національне управління з туризму (ENIT) займається міжнародним туристичним ринком країни, а місцеві туристичні адміністрації підпорядковуються Департаменту з туризму, який у свою чергу розробляє нормативно-правові акти, що стосуються туризму. Національне управління з туризму має на меті просування бренду «Італія» на міжнародному рівні з певним позитивним іміджем. Також в Італійській Республіці регіони можуть самостійно розробляти стратегію розвитку туризму. Вони встановлюють свої пріоритети у туристичній політиці держави і тісно співпрацюють з урядом.

2.2. Нормативно-правова база державного регулювання сфери туризму в Італії

В Італії напрацьована значна нормативна база, яка забезпечує вироблення та реалізацію державної політики у галузі туризму.

Законом № 135 від 2001 року «Про реформу національного туристичного законодавства» держава встановила правову основу для розвитку та просування туризму в Італії. У преамбулі закону визначені завдання, які стоять перед галуззю [48].

У законі наголошується на позитивному впливі туризму на економічний розвиток, на рівень зайнятості населення, а також на здатності туризму задовольняти соціально-культурні потреби громадян Італії. Крім того, розвиток туристичних товарів і послуг вважається ефективним інструментом подолання існуючої економічної нерівності між регіонами. Таким чином, туризм є важливою складовою політики, спрямованої на подолання диспропорції в економічному розвитку Півдня і Півночі Італії.

Крім того, у преамбулі закону звертається увага на важливості культурних ресурсів країни для розвитку туризму. Італія володіє надзвичайним різноманіттям культурних ресурсів, збереження і захист яких має бути одним з найважливіших принципів державної політики у галузі туризму, зокрема за рахунок інвестицій у цю сферу. Захист споживачів туристичного продукту і створення умов для задоволення потреб населення (незалежно від соціально-економічного становища) – це інші цілі, досягнення яких може сприяти туризму.

У законі також йдеться про завдання держави у туристичній сфері. До них відносяться: планування розвитку туризму відповідно до національних економічних програм і принципів Європейського Союзу (ЄС); просування італійського туризму за кордоном; розвиток і фінансування місцевих туристичних систем або кластерів. Це дає право державі погоджувати ряд галузевих стандартів, зокрема термінологію туристичної сфери, мінімальні

стандарти в спілкуванні, класифікацію професій, пов'язаних з туризмом, підвищення комфорту і стандартів якості. Ці юридичні повноваження дозволяють італійській державі брати участь в різних проектах ЄС.

Закон «Про реформу національного туристичного законодавства» встановлює принцип децентралізації керівництва у туристичній галузі. Він визначає права і обов'язки як держави, так і регіонів Італійської Республіки, у сфері сприяння розвитку туризму. Для реалізації більшості норм потрібна налагоджена співпраця між центром і регіонами. Ця необхідність робить виконання закону складним процесом, що вимагає постійної співпраці між усіма сторонами і готовність досягти спільної мети [48].

Закон дає центральній державі право контролювати політику і впливати на просування туризму. Він також пропонує регіонам процедури співробітництва та дозволяє італійському уряду гнучко реагувати на нові можливості, якщо регіони бажають брати участь у розвитку туристичної галузі.

На підставі закону № 80 від 2005 року було створено ENIT (Національне управління з туризму) і Національну туристичну обсерваторію (ONT) [46]. Документ дозволяє створення компаній в рамках агентства, одним з таких прикладів є Promote Italy (PromuovItalia). Promuovi Italia – це агентство технічної допомоги, яке підпорядковується безпосередньо Департаменту розвитку та конкурентоспроможності туризму при Президенті Ради міністрів. Він надає підтримку державним адміністраціям в заходах, пов'язаних з економічною діяльністю і зайнятістю. ENIT контролює 100% його акцій, а Департамент розвитку та конкурентоспроможності туризму виступає в якості акціонера.

Альпійська провінція Больцано (Південний Тіроль) є частиною регіону Трентіно-Альто-Адідже і є хорошим прикладом того, як окремі території підтримують розвиток туризму. Уряд провінції просуває свою територію, підтримуючи приватну маркетингову компанію (SMG), яка просуває бренд Південного Тіролю в Італії і за кордоном. Він надає субсидії місцевим організаціям і асоціаціям по просуванню туризму, які розробляють і

просувають туристичні продукти. Уряд провінції також підтримує ініціативи щодо підвищення комфорту і якості туристичного продукту на своїй території.

Наприклад, у 2010 році провінція виділила 24,8 мільйона євро на просування і маркетинг своїх туристичних напрямків, що становить близько 64% від загальних субсидій на туризм з боку держави і ЄС. У тому ж році 14 мільйонів євро (36% державного бюджету) було виділено на модернізацію туристичної пропозиції Південного Тіролю та підвищення привабливості гірських видів спорту. Приклад цієї автономної провінції, яка є одним з найважливіших туристичних напрямків держави, демонструє важливість розвитку туризму в Італії.

Також ініціатива MOTUS (щодо покращення рівня розвитку туризму на Півдні Італії) була запущена спільно Міністерством економічного розвитку і Департаментом туризму при Президенті Ради Міністрів з конкретними цілями надання передових послуг для індустрії туризму та підготовки висококваліфікованих фахівців, здатних управляти цими послугами. Ця ініціатива охопила 968 безробітних та малозабезпечених молодих людей з різних університетів з шести регіонів Південної Італії: Базілікати, Калабрії, Кампанії, Апулії, Сардинії та Сицилії. Завдяки цьому проекту вони отримали академічну та консультативну підтримку протягом усього періоду навчання, зокрема, для передачі досвіду. Він також допоміг студентам отримати роботу в туристичному секторі. Студентам також були надані стипендії та інші форми компенсації витрат на проживання, транспорт і страхування. Ця ініціатива привела до значного підвищення якості та конкурентоспроможності 259 компаній, 159 з яких працюють на півдні Італії, при цьому сприяючи зниженню рівня безробіття в цих регіонах [51, 52].

Отже, в Італійській Республіці розроблена ефективна правова база для втручання в розвиток туризму. В основних законах визначені головні завдання, які стоять перед туристичною галуззю. Здебільшого в них зазначаються такі цілі, як ефективне просування італійського туристичного продукту за кордоном, питання фінансування різних програм та багато іншого. Варто

зазначити й те, що окремі території країни також підтримують розвиток туризму, створюючи різні маркетингові стратегії, задля покращення стану туристичної галузі Італії та збільшенню робочих місць.

2.3. Провідні туристичні центри країни

Варто зазначити те, що станом на 2021 рік, в Італійській Республіці знаходиться 55 об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. Таким чином, доля об'єктів Італії становить майже 5% від усієї кількості у світі [27].

Головними туристичними дестинаціями Італії являються такі:

На Лігурійському побережжі розташовані традиційні курорти Італійської Рив'єри: Аласіо, Діано-Маріна, Сан-Ремо, Бордігера та інші. Відомі курорти Адріатичного узбережжя Червія, Мілано-Маріттима, Ріміні та інші знаходяться в області Емілія-Романья з її знаменитими культурними центрами Болонья, Равенна та Феррара. В області Венеція відвідують здебільшого Венецію, Верону, Падую та Беллуно, а також її пляжі в Езолло, Каорле та Бібьоні. Область Фріулі-Венеція-Джулія славиться своїми містами Удіне та Трієст, а також популярними курортами Ліньяно, Градо, Сістьяна та ін.

Туристичні об'єкти високо рівня є в Ломбардії: це Мілан, озера північної Італії (Комо, Лаго-Маджоре та ін.), крім того, там знаходяться такі міста, як Бергамо, Мантуя, Павія, які славляться своїми історичними пам'ятками, як-от: церква Санта-Марія-Маджоре, капела Коллеоні, фортеця Роцца та інші.

В області Марке знаходяться культурні центри Урбіно та Лорето, а також адриатичні курорти Габічче-Маре, Сенігалія. На захід від цієї області розкинулись зелена Умбрія з її горами, долинами та Тразименським озером. Тут варто відвідати міста Перуджа, Орвіето та Ассізі.

Тоскана входить до числа найбільш відвідуваних областей Італії, а її міста Флоренція, Піза, Сіена, Лукка, Ареццо складають культурний центр Італії. Ця область славиться курортами Віареджо, Лідо-ді-Камайоре, а також до неї відносять і острів Ельба. Тоскана – ідеальне місце для любителів мистецтва

та для тих, хто любить милуватися красою пейзажів. Тоскана вважається більш елітним і престижним, ніж масові курорти на Адріатиці. Найпопулярніше курортне місце – Версілія, розташована на узбережжі Тірренського і Лігурійського морів. У Тоскані знаходяться кілька курортів з термальною питною водою, найвідоміші – Монтекатіні-Терме, Кьянчано-Терме [4, с. 102-110].

Область Лаціо, зі столицею країни – Римом, являється колискою давньоримської цивілізації. Завдяки своїм античним архітектурним пам'ятникам та неймовірним церквам і палацам Рим має славу найкрасивішого міста світу.

Гірська область Абрुцці насамперед відома своїм національним парком, який привертає уваги любителів природи. Але й такі міста як Л'Акуїла та Асколі-Пичено, а також адріатичні курорти Пескара, Джульянова приваблюють багато туристів.

Кампанія – найбільш часто відвідувана область південної Італії. Всесвітньо відомий Неаполітанський залив з вулканом Везувій. А острови Капрі та Ісканья, міста Неаполь, Сорренто, Амальфі, Капуа, Казерта, розкопки на містах давньоримських міст Помпеї та Геркуланум входять до найбільш відомих міст туристичного паломництва в Європі [16, с. 200-253].

Пам'ятки області Апулія – це собори часів Штауфенів, а також круглі в плані, кріпосні споруди з конусоподібними дахами – «трулли».

Приїхавши в Базилікату (Луканію), можна скупатися в заливі Таранто, а також у гірській місцевості здійснити сходження чи просто походити гірськими тропами. Область Калабрія щедро радує красою природи.

Острови Сицилія та Сардинія з її м'яким кліматом приваблюють до себе десятки тисяч туристів кожен рік.

Та чотири перлини у цьому різноманітті – це Рим, Флоренція, Венеція та Мілан. Пам'ять про ці прекрасні міста точно залишиться у серці тих, хто відвідав їх [5, с. 12-35].

Найпопулярнішим туристичним центром можна вважати Рим – центр екскурсійно-пізнавального туризму.

«Місто душі» – так називав Рим Джордж Байрон. Це поетична метафора, але місто дійсно пронизує душі мандрівників. Менш ефектний і вишуканий, ніж Мілан, менш живописний та гірше зберігся, ніж Флоренція та Венеція, Рим тим не менш залишається, по словам Томаса Гарді, «головним містом Часу» [5, 17].

Рим – найбільше місто Італії, його населення (по даним 2020 року) складає 2 млн 800 тис. людей, разом з передмістям – 4 млн. Потрібно сказати, що в античний період Рим був найбільшим містом не тільки Римської імперії, але й усього світу, по оцінкам істориків, його населення в найкращі часи складало один або навіть два мільйони осіб.

Пам'ятки Рима відносяться до різних епох. В італійській столиці є всесвітньо відомі пам'ятки як доби античності, так і доби Відродження та доби бароко.

Колізей – найвідоміша та найпопулярніша пам'ятка не тільки Рима, але й усієї Італії (Додаток А). Цей символ вічного міста, можливо, менш прекрасний, ніж у дні імперії, коли він був покритий мармуром, менш живописний, ніж у роки романтизму, але він, безумовно, являється однією з ключових точок Риму. Колізей являє собою овал з найменшою довжиною осі 156 м та найбільшою – 188 м, висота стін майже 50 м. Форму еліпса має й арена Колізею. Вона оточена місцями для глядачів і трансформувалася в залежності від того, що на ній відбувалося. З південно-західної сторони Колізею знаходиться Арка Костянтина. Вона була встановлена на честь перемоги імператора Костянтина над його суперником Максенцієм у битві біля мосту Мальвіо, неподалік від Риму [19, с. 124-142].

У Римі знаходиться «Золотий дім» Нерона – мабуть, один з найбільш знаменитих римських імператорських палаців. «Золотий дім» відкритий для туристів, але дозволені лише організовані екскурсії.

На Палатинському пагорбі, де, за переказами, стояв дім Ромула, засновника Рима, серед мальовничого гаю падубів знаходяться руїни храму Кібели – богині родючості, яку також називають Великою Матір'ю.

Назва Палатинський пагорб, мабуть, походить від імені богині – покровительці пастухів Палес, але, можливо, в його основі лежить латинське слово *palatium* – палац. В часи Стародавнього Риму тут жила знать. Першим та найпростішим був палац Августа, частина його, яка називається будинком Лівії (Лівія була дружиною Августа), знаменита своїми настінними фресками, які збереглися до наших часів. На південь, вздовж палацу Тіберія, нині прихованого під садами Фарнезе, проходить коридор з дивовижним ліпним склепінням, побудований Нероном. Він об'єднує палаци Августа, Калігули та Тіберія з розкішним «Золотим будинком» Нерона на пагорбі Есквілін.

У південно-східній частині від коридору збереглися руїни палацу Флавіїв, побудованого у I ст. до н.е., при імператорі Доміціані. Бенкетний зал палацу сучасники називали їдальнею Юпітера. Його випукла підлога, все ще покрита рожевим і жовтим мармуром, дає уявлення про колишню розкіш залу. У підніжжя Палатинського пагорба піднімається тріумфальна арка Тіта. Вона споруджена на честь взяття імператором у 70 році Єрусалиму та його головного храму [18, с. 200-300].

Середньовічна церква Санта-Марія д'Арачелі має 124 сходинки, по яким до неї можна піднятися або ж по царським сходам, які побудовані Мікеланджело та відомі як Кордоната, зі статуями Кастора та Полукса нагорі.

Центр сучасного Риму – площа Венеції, де знаходиться пам'ятник Віктору Еммануїлу. Популярним тут є палаццо Венеція. Це перший палац, побудований в епоху Відродження. Зараз у палаці знаходиться музей з колекцією картин та гобеленів.

Сан-Клементо – це одна з найбільш цікавих римських церков. Вона знаходиться біля площі Сан-Джовані, де збереглися цікаві пам'ятники християнства. Поруч знаходиться церква Сан-Джовані ін Латерано, основана Костянтином Великим та присвячена Іоанну Хрестителю. Церква представляє

собою змішані стилі: витончений баптистерій IV ст., крита середньовічна колонада та прекрасний стиль бароко.

Найпопулярнішим туристичним об'єктом також вважається Пантеон. Це дивовижно пропорціональний круглий храм, побудований Адріаном, показує, наскільки римляни розумілися на організації внутрішнього простору. Біля Пантеону, перед церквою, стоїть Берніні – слон, який несе на спині маленький із римських обелісків [1, с. 215-250].

Собор Св. Петра у Ватикані також привертає увагу мандрівників. Немає жодного католицького храму, який перевершує цей собор по історичному та архітектурному значенню. Майже всі відомі архітектори періоду Відродження та бароко, починаючи від Браманте, брали участь у створенні собору Св. Петра.

Не менш популярним туристичним об'єктом у Ватикані вважається Єгипетський обеліск. Це колона заввишки 35 метрів розташована посередині площі Святого Петра, в якій, за легендою, зберігаються останки Юлія Цезаря.

Також популярними у Ватикані є фонтани Модерно і Берніні [41].

Іншим популярним туристичним центром можна назвати Венецію – одне з найбільш цікавих міст світу, яке приваблює своєю особливою атмосферою і багатою культурною спадщиною.

Це місто єдине у своєму роді, яке володіє унікальною та незрівнянною міською структурою. Дуже багато можна сказати про несхожість Венеції ні на жодне місто, особливо беручи до уваги штучність її походження: не всі міста можуть похвалитися таким тісним і необхідним зв'язком та залежністю від людини. На перший погляд міська структура сформувалася спонтанно – канали пролягають посеред вулиць, повторюючи вигини основної артерії міста. Унікальним вважається і метод нумерації вулиць Венеції – він настільки незвичний, що усі туристи удаються у розпач.

Не усі міста можуть похвалитися такою культурною спадщиною, як Венеція. Це місто – виставка творчих талантів людей, які розвивалися багато віків: від візантійського до романського періоду, потім до пишного готичного, від величності Ренесансу до помпезності бароко чи рококо, від благородної

простоти неокласицизму до гармонії та елегантності ар нуво. Венеція пропонує все це в архітектурі, скульптурі, живописі та декоративному мистецтві.

Популярними туристичними об'єктами у Венеції вважається площа та собор Святого Марка (Додаток Б). Ніхто не залишається байдужим, дивлячись на мозаїку в цій споруді.

Також відомим об'єктом є Каплиця дожив, розташована поруч з відомим у Венеції архітектурним ансамблем – Палацом дожив з його Золотими сходами, великими залами, приватними апартаментами дожив і залом Великої ради.

Для любителів мистецтва Венеції, її масштабна спадщина була та залишається джерелом натхнення та невичерпного інтересу. В Музеї Коррер, який займає особливе місце на площі Святого Марка, знаходиться одна з найкращих колекцій картин міста.

У своєму минулому Венеція також була провідним центром книгодрукування. В Національній бібліотеці Марчіана є велика колекція книг, у тому числі ранні, чудово прикрашені манускрипти, включаючи цінні видання Алдін з емблемою якоря та дельфіна.

Найважливіший музей образотворчого мистецтва міста – це Галерея Академії. В ній представлено безцінне зібрання картин, як представляють історію живопису Венеції з XIV до XVIII ст. Роботи усіх відомих живописців представлені саме тут: Гуарді, Каналетто, Марески, Беллотто.

У музеї історії Венеції XVIII століття, який знаходиться в домі Реззоніко, виставлені численні предмети, які розказують про величність венеціанських карнавалів, побут венеціанської аристократії, зібрана багата колекція портретів.

Для публіки у Венеції відкрита Золота галерея Джорджо Франкетті, багата на венеціанську готичну архітектуру. Тут представлений колодязь роботи Бартоломео Бона, по краям щедро прикрашений готичною різьбою у вигляді листя. Тут також є різні експонати, як і хотів Франкетті, – це і бронза, і скульптури, і медалі, і картини фламандської школи з Галереї Академії.

Сучасна Венеція продовжує стосунки зі Сходом. Вплив Сходу відчувається, наприклад в малюнках цінних парчевих тканинах, які виготовлені

з найкращих матеріалів – шовку, льону, бавовни, срібних та золотих ниток. Світ Сходу та Отаманської імперії послужив натхненням для талановитих умільців, які відкрили секрет вироблення паперу під мрамур – цю техніку зараз використовують у виробництві шовку, дерева та штукатурки. Прекрасні роботи венеціанських ремісників виставлені в декількох міських музеях, наприклад у палаці Моченіго у Сан-Стаї – тут розташований Музей текстилю та костюмів.

Така панорама музеїв Венеції була б неповною, якщо не згадати про музей в домі Дука Моченіго-Ле Галле. У Венеції відкрилися перші у світі кав'ярні, і, на щастя, ця традиція продовжується. Тому в місті є музей, присвячений культурі пиття кави. Його колекція налічує сотні чашок кави різних форм та візерунків.

Надзвичайно цікавим туристичним ресурсом Венеції є її всесвітньо відомі палаци, у деяких з них розміщені музеї та виставки, та церкви. Зокрема, Палаццо Франкетті, яке називається також палаццо Каваллі, входить в число найкрасивіших у Венеції. У Палаццо Редзоніко розміщується Музей венеціанського XVIII ст. Палаццо Пезаро – це великий палац та прекрасний пам'ятник бароко.

Санта Марія Глоріоза деі Фрарі – найкрасивіша церква Венеції, побудована францисканцями в готичному стилі в 1338-1443рр. Її головний вівтар прикрашає «Ассунта» («Вознесіння Марії»). Кеза дельї Скальци – це «Церква босоногих», тобто монахів францисканського ордену [12, с. 134-160].

Флоренцію та Мілан можна назвати центрами мистецтва та шопінг-туризму.

Флоренція – це, без перебільшення, одне з найкрасивіших міст світу. Воно чудово зберегло історичний вигляд, незліченні пам'ятники мистецтва середньовіччя і епохи Відродження, унікальні музеї. Флоренція розкинулася в просторій улоговині, оточеній тосканськими м'якими зеленими пагорбами, по обох берегах річки Арно, знаменитої своїми руйнівними повеннями. У цьому місті жили і творили Данте, Боккаччо, Макіавеллі, Джотто, Брунеллески,

Мазаччо, Донателло, Ботічеллі, Леонардо да Вінчі, Мікеланджело та багато інших майстрів мистецтв.

З 1865 по 1871 роки Флоренція була столицею об'єднаної Італії. Сьогодні вона є головним містом Тоскани, центром італійської моди, університетським містом (з XIV ст.). Флоренцію прийнято вважати самим «італійським» містом, бо вона в найбільшій мірі відображає характер і особливості національної культури.

Пам'яток у Флоренції надзвичайно багато. Популярним місцем є Пяццале Мікеланджело – пагорб над рікою Арно із його оглядовим майданчиком. Дві відомі церкви: Сан Сальваторе аль Монте (XVI ст.) та найкрасивіша монастирська церква Сан Міньято аль Монте (XI – XIII ст.).

Всесвітньо відомою пам'яткою і символом Флоренції є кафедральний собор Санта-Марія-дель-Фйоре. Популярною церквою у Флоренції також є Санта Марія Новелла, яка побудована в 1278-1470 рр. Її головний фасад повернений до однойменної площі, в нижній своїй частині витриманий в готичному стилі, а у верхній риси епохи Відродження. Внутрішнє приміщення прикрашають фрески Філіппіно Ліпі, Гірландайо і Мазаччо. Поруч з церквою знаходиться колишній монастир з двома примітними клуатрами.

Палаццо Медичі-Рікарді також є відомим туристичним об'єктом, яке побудоване в 1440-1460 рр. та відоме чудовими фресками Беноццо Гоццолі.

У монастирі Сант'Аполонія представлена фреска «Таємна вечеря» пензля Андреа дель Кастаньо. А у колишньому домініканському монастирі біля церкви Сан Марко розміщується музей Сан Марко зі знаменитими картинами Фра Анжеліко, які разом з його ж фресками на стінах чернечих келій становлять рідкісну за своїм єдину колекцію.

У відомій Академії мистецтв представлена найвідоміша статуя «Давид» Мікеланджело. Тут можна дізнатись усе про Флорентійську художню школу з часів Середньовіччя до епохи Відродження.

Церква Бадія славиться романсько-готичною дзвіницею, а палац Барджелло тим, що в ньому нині знаходиться Національний музей зі всесвітньо відомою колекцією скульптури.

Палаццо Пітті вважається найбільш монументальним серед флорентійських палаців. Коли Флоренція була столицею Італії, тут знаходилася італійська резиденція. У розкішних залах палацу розміщуються багаті колекції Музею карет, Музею срібла, Музею сучасного мистецтва і знамените зібрання живопису Медичі [5, с. 30-40].

Наступний не менш популярний центр – це Мілан. Це одне з найбільших міст Європи і одне з наймодніших міст світу.

Тут Леонардо да Вінчі написав «Таємну вечерю», тут з'явився перший оперний театр «Ла Скала». Крім того Мілан – діловий центр Італії.

Собор Дуомо є наважливішим туристичним об'єктом Мілану (Додаток В). Усередині собор простий, величний і місткий. П'ять великих прибудов тягнуться від входу до вітваря. Величезні кам'яні колони підносяться в нефі, досить просторому, щоб вмістити 40.000 віруючих. Вид з оглядового майданчика чудовий, в ясний день можна побачити Альпи [5, с. 12-45].

На Соборній площі в Мілані сходяться всі дороги і тут стоїть велика кінна статуя першого короля Італії, Віктора Еммануїла. У північній частині площі – вхід в елегантну галерею Віктора Еммануїла, найстаріший в світі пасаж.

Не менш знаменитим об'єктом цього міста є оперний театр «Ла Скала», побудований у 1776-1778 рр. Театр серйозно постраждав від бомбардувань союзників у Другій світовій війні, але давно відновлений. Інтер'єр театру по-старовинному елегантний. Музей театру «Ла Скала» залучає відвідувачів в атмосферу опери-буф.

У палаццо Брера розміщується одна з найбільших в Італії картинних галерей. Також поруч знаходиться замок Сфорца, місце сім'ї Сфорца, правителів-деспотів Мілана в XV столітті.

Цікавим туристичним об'єктом є церква Санта-Марія-делле-Граціє. Її розширили і побудували чарівний монастир. У трапезній монастиря можна побачити знамениту «Таємну вечерю» Леонардо да Вінчі. Через те, що Леонардо не дотримувався прийнятої техніки фрескового живопису, а експериментував, працюючи по штукатурці маслом, картина сильно пошкоджена. Реставрація не може повністю захистити фреску від часу і вогкості.

У Мілані є ще декілька церков, які безумовно заслуговують на увагу.

Церква Сан-Сатира на вулиці Торіно, біля Соборної площі. Усередині архітектор використовував прийоми, що дають ілюзію більшого, ніж насправді, розміру.

Сан-Лоренцо Маджоре – міланська старина. Там збереглася прекрасна мозаїка V століття.

Церква Сант Амброджо – це одне з найкрасивіших середньовічних будівель Мілану.

Чертоза-ді-Павія, всесвітньо відомий комплекс – церква, мавзолей та монастир зі скульптурними рельєфами та мармуровою інкрустацією – існує з 1396р. і вважається шедевром ломбардського Відродження. Інтер'єр церкви, готичний по задумці, прикрашений деталями різноманітних стилів: ренесансу та бароко.

Позаду Чертози розташований Великий монастир, де монахи, прийнявши обітницю мовчання, жили у різних будинках, які оточували мальовничий двір.

Сама Павія – це зараз тихе місто, але у VI–VIII ст. вона була столицею Ломбардії. На вулиці Діаконо, в центрі старого міста, знаходиться церква Сан-Мікеле. В ній отримав свою корону Священної Римської імперії Фрідріх Барбаросса. Зсередини Сан-Мікеле проста та похмура, єдине її прикрашення – колони з вишуканої ліпнини [1, с. 230-250].

Серед туристичних центрів Півдня Італії також можна виділити багато популярних місць.

Неаполь є одним з найбільш відвідуваних портових міст на Півдні Італії. Воно славиться своєю Неапольською гаванню. Також Національний археологічний музей в Неаполі може пишатися своєю колекцією старожитностей з останніх розкопок Помпеї.

Тут також знаходиться Королівський палац і музей Каподімонте Армандо Манчіні, який включає в себе колекцію портретів членів правлячих сімей роботи Тиціана і які склали основу Національної галереї. Вона може пишатися однією з найкращих колекцій мистецтва в Італії.

Іншими не менш привабливими туристичними об'єктами є монастир і музей Сан-Мартіно. Вони славляться ризницею та скарбницею, яка прикрашена фресками мармуровими та стельовими, а також картинами XVII–XVIII століть.

Популярними об'єктами також являються катакомби Сан Дженнаро Росино, які подібні до римських катакомб.

Привертає увагу туристів і кастель Нуово. Це п'ятиповерхова споруда, яка була резиденцією королів Неаполя.

Не менш важливою є церква Сан-Доменіко Маджоре, яка має в собі багато цікавих каплиць. Особливо Каплиця Сан-Мікеле Арканджело і Морфіса, яка включає в себе церкву X століття. В Carpellone Crocifisso є спорудження XII століття та поховання XV століття [42].

Сардинія складається з провінцій: Кальярі, Сассарі, Нуоро і Орістано (Додаток Г). Крім того, до Сардинії відноситься архіпелаг Маддалена. Це другий за розміром Середземноморський острів після Сицилії. Саме сандалію нагадала древнім грекам форма цього острова. Легенда свідчить, що тут Творець вступив на землю, залишивши свій перший слід. Як би там не було, але Сардинія вважається одним з найдавніших ділянок суші по своїй геологічній складу.

До сих пір не встановлено, хто були перші жителі Сардинії, але кожен народ, захоплюючий острів, залишив на ньому свій слід, свою культуру. У музеях Сардинії можна побачити статуетки та інші вироби з бронзи, виконані більше 3000 років тому, а на узбережжі ще часто зустрічаються фінікійські

некрополі, римські терми і амфітеатри. По всьому периметру острова, уздовж моря розкидані сторожові вежі і неприступні фортеці (їх понад 3 тис.), створені майстрами пізанської і генуезької шкіл, а площі старих міст прикрашають палаци іспанських грандів і церкви, виконані в романському, готичному або барочному стилі. Найдивовижніші архітектурні пам'ятники Сардинії, які неможливо побачити в іншому місці – це нураги. Цілі городища, фортеці та окремо розташовані сторожові конічні вежі, складені з гігантських каменів простояли понад 25 століть. Жителів Сардинії відрізняє щедра гостинність, в тому числі і до іноземців, що вважається своєрідним кодексом честі. На острові зберігають фольклор і традиційне ремісниче виробництво. У будь-який час року Сардинія – це живий етнографічний музей. У містах і селах, в каплицях і маленьких сільських церквах протягом року влаштовуються понад тисячу свят. На фольклорних фестивалях, де місцеві жителі змагаються в мистецтві верхової їзди, демонструють витончено вишиті костюми, а також співають і танцюють під акомпанемент трьох кларнетів.

Сардинія не дарма вважається найкрасивішим островом Італії – це майже 2000 км узбережжя, на якому чергуються величні скелі і унікальні піщані пляжі. З найдавніших часів Сардинія була своєрідним перехрестям численних навігаційних шляхів, де зустрічалися різні цивілізації. Острів привабливий для туристів багато в чому завдяки м'якому середземноморського клімату. Пляжний сезон тут триває з травня по вересень, але прекрасна тепла погода дозволяє купатися і приймати сонячні ванни в квітні або в жовтні. На відміну від інших місць в Італії, спеки тут не буває навіть у серпні.

Відмінна кухня, радує неповторними на смак винами, хлібом, сирами, м'ясними стравами, добірними морепродуктами і незліченною кількістю рибних страв.

До послуг туристів численні готелі, побудовані в середземноморському стилі і оснащені на рівні кращих світових стандартів, що прославили Сардинію як місце відпочинку еліти. До послуг любителів більш демократичного відпочинку: кемпінги, апартаменти, пансіони, недорогі, але комфортабельні

готелі. Гольф, теніс, верхова їзда, водні велосипеди і скутери, прокат катерів, підводне плавання, вітрильні види спорту – такий вибір варіантів активного відпочинку можна знайти тільки на Сардинії. Свобода пересування і велика кількість унікальних пам'яток історії, добре розвинена мережа автомобільних доріг і порівняно невеликі розміри острова дозволяють урізноманітнити пляжний відпочинок пізнавальними екскурсіями по узбережжю і в гори. До речі, багато туристів воліють подорожувати по острову на чарівному старовинному поїзді – Tenino Verde.

Кальярі – головне місто Сардинії і однойменної провінції – розташований на півдні острова, бухті Санта-Джила на березі затоки, яку місцеві жителі називають Затокою Ангела, оскільки в ній, за переказами, назавжди згинув диявол, убитий вогненним мечем архангела Михайла. Найближчу скелю, яка виступає з моря, мешканці Кальярі охрестили «Сідлом диявола».

Зараз у Кальярі розташований головний порт Сардинії. Зручну бухту помітили ще фінікійці, що заклали тут перше морське селище. Над портом, на горі височить Старе місто, оточене білими стінами, звідти відкривається прекрасна панорама на безкрає море і навколишні угіддя.

Відвідати тут варто такі популярні церкви:

Церква Сант-Агостіно – один з небагатьох зразків архітектури Відродження на Сардинії була побудована в 1577 р проекту швейцарського архітектора Джорджо Палеаро. Недавні археологічні розкопки поруч з храмом показали, що церква стоїть на тому місці, де за римлян перебували терми.

Церква Пуріссіма, яка споруджена в 1554 р на гроші однієї багатой аристократки з Кальярі. Вона розташована по сусідству з руїнами монастиря IX ст. В одній з капел зберігається триптих роботи Антіокиа Казула (1593).

Сантуаріо і базиліка Бонар, присвячені Мадонні – покровительці моряків і мандрівників, побудовані у XVIII ст. на місці більш давнього Сантуаріо XIV ст. Саме там зберігається відоме скульптурне зображення Мадонни Бонар.

Церква Сан-Сатурно стоїть на фундаменті більш давнього храму, в якому, за переказами, проповідував Люцифер. Крім того, Сан-Сатурно вважається

однією з найдавніших церков на Сардинії, її центральна частина з куполом і чотирма арками відносяться до V–VI ст.

У церкві Сан-Джакомо виставлені Містері – дерев'яні фігури, що зображують сцени пристрастей Христа, які проносять під час хресного ходу на Великдень. Церква побудована в 1438–1442 рр. в стилі каталонської готики.

Серед музеїв варто відвідати:

Національний археологічний музей, оскільки тут є найцікавіша колекція експонатів, яка розповідає про різні історичні епохи на Сардинії, включаючи предмети, що відносяться до VI тис. до н. е. Найбільший інтерес викликають Бронзетті, бронзові фігурки, знайдені при розкопках (900–750 рр. до н. е.).

У національній картинній галереї представлена колекція творів мистецтва місцевих майстрів, а також іспанських художників епохи Ренесанс.

У музеї Сіамезе Стефано-кард зібрана колекція різноманітної зброї.

У Галереї сучасного мистецтва можна подивитися роботи сучасних художників.

Один з найбільших ботанічних садів у країні розташований у самому центрі Кальярі, неподалік від римського амфітеатру. Тут зібрана багата колекція представників флори Середземномор'я. Крім рослин, на території саду можна знайти залишки давньоримських споруд, які колись становили центр античного міста, наприклад лібаріум – невеликий амфітеатр, де поети читали свої твори, грот Дженнарі і Римську цистерну. Крім того, ботанічний сад був і залишається чудовим місцем відпочинку.

Узбережжя Коста-Рей – один з найбільших пляжів на Сардинії, протяжністю 8 км. У районі Коста-Рей є кілька спеціально обладнаних майданчиків для кемпінгу. Готелі в основному розраховані на заможних клієнтів. Дістатися до пляжів Коста-Рей з Кальярі можна на рейсовому автобусі.

Найбільш великий населений пункт даної місцевості – Віллазіміус, з 1960 р це маленьке рибальське селище стало курортним центром на півдні узбережжя. На відріжку між Віллазіміусом і Кальярі найбільш привабливі

пляжі: Порто-са-Руксо, Кала-Піскадеддус, Кампус або Фоксі, Кампулонгу-Біч, Спьяджа-дель-Різо, Порто-Джунко, Ноттера, Спьяджа-ді-Сіміус і Спьяджа-ді-Молентіс.

Від невеликого містечка Кья починається прекрасне південне узбережжя Коста-дель-Суд. Ця приморська смужка суші з чудовою екологією знаходиться під охороною держави, тому будівництво тут можливо тільки в суворо визначених місцях. Найбільш великими населеними пунктами на південному узбережжі вважаються Теулада і Порто-ді-Теулада.

Орістано – адміністративний центр однойменної провінції, розташованої на заході Сардинії. Від затоки Орістано місто відгороджений височиною Сан-Марко, на вершині якої ще збереглися руїни фінікійської фортеці. Орістано стоїть на річці Тірсо – найбільшій на острові.

Тут можна відвідати церкву Сан-Франческо. У 1840 р. храм був повністю перебудований у неокласицистичному стилі і тепер справляє враження досить нової споруди, але всередині його зберігаються безцінні твори мистецтва, що відносяться до більш ранніх століть. Наприклад, кольорове дерев'яне розп'яття XV ст. або скульптурне зображення Св. Базиліо (Ніно Пізано, XIV ст.).

Головний собор Санта-Марія-Ассунта побудований у XIII ст. і повністю перебудований у XVIII ст. Шестигранна триярусна дзвіниця собору зведена у XV ст. у стилі бароко.

Цікаво також відвідати церкву і монастир Санта-Кьяра (XIV ст.), розташовану на перетині вулиці Парпалей і вулиці Гарібальді, а також Музей старожитностей Арбореа, де зберігається унікальна колекція археологічних знахідок із стародавнього фінікійського міста Таррос.

Сассарі – столиця найбільшої однойменної провінції і друге за величиною місто на острові, після Кальярі. Він розташований в стороні від моря, приблизно в 10 км від затоки Л'Азінара. На жаль, цей великий культурний і торговий центр не представляє великого інтересу з туристичної точки зору. Найбільш значною культурною подією вважається фестиваль «Кавальката Сарда», який проводиться в травні. Вперше костюмоване свято було

влаштоване в 1899 р. на честь прибуття в Сассарі короля Італії Умберто I [11, с. 200-250].

Говорячи про Південь Італії, неможливо не згадати про Сицилію (Додаток Д), зокрема місто Ното. За легендою, сюди після польоту над Іонічним морем прилетів Дедал. Сюди ж, завершивши свій сьомий подвиг (приборкавши критського бика), прийшов Геракл. Правда, тоді це місто носило іншу назву, та й його давно вже немає – в 1693 році воно було повністю зруйноване могутнім землетрусом. Ното виникло у XVIII столітті. Все місто збудовано в одному стилі. Ното називають «Кам'яним садом», але ніякі назви, ніякі епітети не можуть передати його своєрідну, неповторну красу [8, с. 80-100].

Найцікавіший і знаменитий пляж Сицилії знаходиться на острові Лампедуза і носить назву «Пляж Кроликів». Він знаходиться в заповідній частині острова, яка строго охороняється владою Італії. Потрапити на цей острів, як і на пляж, можна тільки на спеціальному катері. Пляж Кроликів вважається лідером рейтингу пам'яток Сицилії.

У зовсім невеликому містечку Монреалі, який знаходиться на одному зі схилів Капуто недалеко від столиці острова – Палермо, знаходиться унікальний Кафедральний собор, відомий на всю Європу.

Собор Богородиці будували в дванадцятому столітті, і сьогодні він славиться, як найкрасивіший і витончений християнський центр на Сицилії. До того ж, це не просто церква, а й цілий комплекс, зведений за наказом Вільгельма II. До комплексу входять палац, монастир і сам собор.

Унікальність полягає в тому, що собор Богородиці в Монреалі поєднує в собі відразу кілька архітектурних стилів. Тут присутня антична і арабська культури, сліди візантійського і норманського правління. Це один з найкрасивіших Кафедральних соборів всього християнського світу і чудова пам'ятка острова Сицилія.

Ще одна визначна пам'ятка Сицилії – Долина Храмів. Багато хто чув про Агрідженто, як про курорт на Сицилії, але далеко не всі з тих, хто вперше

відправляється на Сицилію, знають, що місто відоме в першу чергу своєю археологічною зоною, що носить назву «Долина Храмів». Це величезний історичний і археологічний комплекс з великою кількістю античних споруд. Переважно збереглися храми, присвячені давньогрецьким богам, і театри, в яких глядачі насолоджувалися уявленнями. На сьогоднішній день «Долину Храмів» охороняє організація ЮНЕСКО. Вважається, що це місце збило найяскравіші зразки архітектури Стародавньої Греції за межами Греції нинішньої.

Не менш відома пам'ятка на Сицилії – Узбережжя Циклопів – ділянка узбережжя, на якому стародавні греки вперше висадилися на острові. Сьогодні пляж і прилеглі до нього області дуже багато значать для місцевих жителів в культурному плані.

Візитною карткою острова можна назвати знаменитий діючий вулкан Європи – Етну, який розташований на Сицилії поблизу Катанії і приваблює у регіон велику кількість туристів.

Егадські острови – відмінне місце для відпочинку з мальовничими пляжами і природою, зовсім не зіпсованих людиною, включаючи і стародавні печери, розкидані по всіх островах [39].

Отже, Італія відзначається не лише зосередженням на своїй території значної кількості об'єктів Світової спадщини людства, але й їх різноманітністю залежно від регіону. Кожний регіон держави має власні історико-культурні особливості і є привабливим для туристів. Це ставить перед місцевою владою важливе завдання проводити таку політику, яка би сприяла збільшенню туристичних потоків до даної місцевості.

2.4. Спеціалізовані види туризму в Італії

З огляду на наявність в Італії великої кількості міст з багатою історією та культурною спадщиною (Рим, Венеція, Флоренція, Верона, Мілан, Піза, Неаполь), найпопулярнішими видами туризму в країні можна назвати

екскурсійний та культурно-пізнавальний. Водночас в Італійській Республіці активно розвиваються й інші види спеціалізованого туризму.

Насамперед варто сказати, що Республіка Італія – це країна, яка має найдовшу серед європейських країн берегову лінію. З огляду на це, а також завдяки комфортному клімату тут знаходиться багато пляжів та сотні курортних містечок.

В Італії надзвичайно популярні термальні курорти. У Ломбардії та Венето, які знаходяться поблизу Мілана та Верони, є приальпійські озера – Гарда, Комо, Маджоре.

Озеро Лаго-Маджоре відвідують найбільше, тому що там розташовані найкращі термальні курорти Італії. На озері Комо є міста Черноббіо та Белладжо, які популярні своїми віллами аристократії XVIII ст. Містечка на південних берегах приваблюють своєю недоторканою природою та мальовничими пейзажами. Місто Стреза на озері Маджоре славиться садами з віллами та апартаментами у стилі бароко. Один з чарівних об'єктів є на островах Белла та Мадре – палац XVII століття.

Озеро Гарда вважається одним з найбільших озер країни та розташоване одразу в декількох провінціях: Ломбардії, Венето та Терентіно. Тут знаходиться Сирміоне (найбільша кількість термальних джерел), Лацизе, Бардоліно, Сало Дезенцано, Ріва дель Гарда. Міста, які знаходяться поруч, а саме: Мілан, Верона, Венеція, Мантуя та Тренто, сподобаються тим, хто хоче відвідати культурні центри.

Розбите на три частини – рукави Комо, Лекко та Коліко – озеро Ларіо, більш відоме як озеро Комо, теж може запропонувати велику кількість термальних курортів. Ще одне чарівне озеро розташоване на кордоні Італії та Швейцарії – це озеро Маджоре.

Ще один поширений вид туризму в Італії – гірськолижний. Завдяки гірськолижним зонам Італія з кожним роком приваблює все більше туристів на свої курорти. У Доломітових Альпах знаходяться найпопулярніші з них: курорт Валь Гардена, Валь ді Фасса, Альта Бадія, Арабба, Кортіна д'Ампеццо,

Кронплац, Альта Пустерія, Валь ді Фьемме, Сан Мартіно ді Кастроцца, Валле Ізарко, Тре Валлі та Чиветта. Усі вони знаходяться у гірській зоні Доломіти Супер-Скі – це 1180 км трас. Менше трас знаходиться в курортах зони Доломіти ді Brenta – 260 км трас. Це Мадонна де Кампільо, Пінзоло, Валь де Соле, Пассо Тонале, Монте Бондоне, які зосереджені на заході від Тренто [7, с. 112-130].

Також в Італії популярним є гастрономічний туризм, адже Середземноморська дієта увійшла до списку програми ЮНЕСКО «Шедеври усної та нематеріальної культурної спадщини людства». Цей вид туризму привертає увагу іноземних туристів та приносить країні прибуток у розмірі близько 5 мільярдів доларів. За допомогою дослідження організації «Coldiretti» було розподілено регіони Італії на найбільш відвідувані з метою гастротуризму. Тоскана виявилась лідером цього рейтингу, оскільки має близько 450 унікальних традиційних страв. Другим регіоном став Лаціо, який теж може пишатися своїми оригінальними стравами та має їх 384. А 370 страв виявилось у регіоні Кампанія, який займає третє місце у рейтингу. Ці регіони привертають увагу великої кількості туристів кожного року, а найпопулярнішими місцями для дегустації вин та страв виявились Емілія-Романья, П'ємонт та Лігурія.

Італія дійсно має неперевершені кулінарні традиції. Так, у 1870 році за допомогою італійського кухаря Артузова було відтворено понад 1800 рецептів приготування страв з усіх регіонів країни і з того часу італійська кулінарія придбала цілісність [43].

Наступний вид туризму в Італії – це винний. Останнім часом в Європі він набирає оберти та стає популярним. Коли закривають морські курорти, туристи починають все більше відвідувати винні. У таких турах показують і розповідають про свої виноградники та технологію виробництва вина і проводять його дегустацію. Ця ідея народилась у Тоскані, яка зараз може запропонувати майже 140 «винних доріг» по країні [45]. Також, за даними досліджень Інституту соціо-економічних досліджень Італії, вино та кухня стали другою причиною після архітектурних пам'яток, чому туристи відвідують Італію кожен рік.

Найпопулярнішою виноробнею являється Замок Вальпайа, який розташований у Тоскані. Тут можна купити не тільки вино, але й мед, оливкову олію та білий винний оцет, який виробляється на цій виноробні. Також в замку Вальпайна туристи мають можливість залишитись на ніч у готелі (ночівля коштує від 90 євро до 350, залежачи від розміру апартаментів) [44].

Найважливішими видами туризму в Ломбардії є:

- екскурсійний;
- відпочинок на природі в горах і на озерах: озеро Маджоре, озеро Комо, озеро Гарда. Зважаючи на велику кількість озер, Ломбардію ще називають озерним краєм;
- гірськолижний туризм (область Вальтелліна з курортами Борміо, Санта-Катерина, Лівіньо), де зазвичай проводять міжнародні лижні гонки;
- тематичні парки, наприклад, Minitalia, «Казкова» село Граццано-Вісконті, яке повністю імітує середньовічне містечко;
- гастрономічні тури;
- подієвий туризм (оперні спектаклі в «La Scala», гонки в класі Формула-1 у Монці, міланські покази мод);
- діловий туризм (Міланські виставки);
- спеціальний шопінг-туризм.

Міста Тоскани дивують своєю красою та неповторністю ландшафтів, приємним кліматом, надзвичайно красивими населеними пунктами, нестандартними приміщеннями для ночівлі (на сільських фермах, в замських садибах, віллах), смачна кухня та різні види вина – усе це стало наслідком того, що агротуризм став найпопулярнішим і найрозвиненішим саме у цій території. Агротуризм у цій країні почав розвиватись ще в 70-х роках ХХ століття, але тільки в 2006 р. парламент Італійської Республіки прийняв національний закон про агротуризм як доповнення до основної сільськогосподарської діяльності фермерів. Такий вид відпочинку не особливо дорогий, а тому користується попитом у сімей, що мають невисокі доходи, зокрема багатодітних сімей. Найбільше поширення агротуризм отримав в Тоскані та Умбрії [22, с. 30-36].

Користуються попитом також кулінарні майстер-класи, завдяки комбінованим турам, які поєднують мандрівку містами та дегустацію національної кухні та вин. Крім того, надзвичайно розвинений у Тоскані і подієвий туризм.

В Італії є декілька популярних видів маршрутів серед туристів:

1. «Подорож по Валле-д'Аоста»

Туристи мають можливість побачити красиві альпійські ландшафти, побувати біля гори Монблан і побачити місто Аоста. Під час подорожі вони зможуть також відвідати замки, фортеці, амфітеатри та багато іншого. Також в кінці цього туру мандрівників чекає смачна кухня.

2. «Поїздка вздовж Лаго Мажоре»

Ця подорож проходить вздовж Лаго Мажоре та починається з міста Арона. Туристи зможуть спостерігати мальовничі ландшафти, садиби, церкви та старовинні готелі.

3. «Винний маршрут К'янті»

Під час цього маршруту туристам покажуть виноградники, дозволять взяти участь у приготуванні вина та проведуть дегустацію відомого вина у цьому регіоні [38].

Можна зробити висновок, що в Італії завдяки її чудовій природі, довгій історії та багатим культурним традиціям розвиваються різні види туризму. Зокрема, значний прибуток Італії приносить гастрономічний туризм, адже Середземноморська кухня увійшла до списку Усної та нематеріальної культурної спадщини людства ЮНЕСКО. Поширені також інші види спеціалізованого туризму. Це робить надзвичайно важливим завдання раціонально використовувати туристичні ресурси країни.

2.5. Індустрія гостинності Італійської Республіки

На сьогоднішній день індустрія гостинності в Італії досить диверсифікована і представлена підприємствами різних типів та класів. Довгий

час в Італії не було єдиної системи оцінки сервісу в готелях. Це відбулось у результаті того, що не було прийнято закон про класифікацію готельних підприємств навіть у рамках Європейського Союзу. До того ж, туристична діяльність у цій країні не регулюється централізовано державою та знаходиться у віданні регіональних органів влади. Через це всі регіони Італії самостійно займалися облаштуванням закладів гостинності і категоризація готелів була не обов'язковою. А оскільки офіціальну класифікацію не було представлено – по всій країні вона була різною.

У 1937 році була введена перша система класифікації, за якою готелі поділялись на п'ять номерних категорій та відповідали певним категоріям – люкс, перша, друга, третя та четверта. Зараз таку систему можна побачити в регіонах Лаціо, Молізе та Базиликате. Нині в деяких готелях цих регіонів рівень комфорту відрізняється від інших в Італії, хоча вони й прийняли зіркову класифікацію.

У 80-ті роки ХХ століття було впроваджено другу систему класифікації – бальну. Вона покликана оцінювати сервіс готелю завдяки набраним балам і потім присвоювати йому певну кількість зірок: від 30 балів (однозірковий готель) до 340 (п'ятизірковий готель-люкс). Дана система є в регіонах Валле д'Аоста, Аbruццо, Сардинія, Кампанія, Лігурія та Калабрія.

У 90-ті роки ХХ століття була запроваджена третя система класифікації. Вона базується на мінімальних вимогах для готелів з різною категорією зірок – однією, двома, трьома, чотирма, п'ятьма. Наприклад, п'ятизіркові готелі, які надають високу якість послуг, отримали категорію «5 зірок люкс». Ця система діє у решті регіонів Італії – Умбрія, Тоскана, Фріулі Венеція-Джулія, Емілія-Романья, Ломбардія, Венето, Марке, Сицилія, Апулія, П'ємонт, Третино-Альто Адідже. Але варто наголосити, що тільки в регіонах Апулія, Марке та Венето береться до уваги зовнішній вид готелю та якість та інтер'єр його номерів, стан прилеглої території та наявність громадських приміщень [22, с. 30-36].

Тільки у 2008 році на державному рівні було прийнято зіркову систему як єдиний базовий принцип класифікації готелів Італії. Відповідно до цієї системи

усі регіони країни повинні контролювати виконання загальнонаціональних норм. Також регіони мають право вносити свої корективи, наприклад збільшити перелік вимог до облаштування сервісу готелів. Класифікація готелів досить заплутана – готелі поділяються на категорії, а у межах категорії існує своя довільна градація: Delux – 5 зірок, Superior – 4 зірки, First – 3 зірки, Superior Tourist – 2 зірки [36, 37].

Але варто сказати, що в деяких регіонах Італії до сих пір є певна різниця між рівнем готельного сервісу. Наприклад, готелі, які мають однакову кількість зірок, можуть мати різну якість сервісу та обладнання. А серед готелів, які мають дві або три зірки, часто трапляються такі, що мають оснащення та обслуговування готелю, значно вищого за категорією. Це відбувається через високе оподаткування, яке залежить від категорії готельного підприємства [13, с. 548-549].

Готельні підприємства відіграють важливу роль у системі прийому іноземних гостей. Італійська система готелів, яка існує на туристичному ринку, надає 33.3 тис. готелів з 1.8 млн. місць. Це тільки готелі, які отримали офіційну категорію згідно з діючим законодавством. Здебільшого в Італії переважають готелі з невеликою кількістю номерів (50-80) та з низькою категорією. Готелі, які мають від однієї до трьох зірок становлять більше, ніж 87% від загальної кількості готелів. Чотирьохзіркові готельні підприємства складають лише 7,8% мережі, а ті, що мають п'ять зірок або ж готелі-люкс – 0,4%. Здебільшого туристи, які зупиняються в готелях, обирають для себе трьохзіркові або чотирьохзіркові заклади розміщення.

Здебільшого провідні світові готелі та великі готельні комплекси знаходяться у північній частині Італії (Мілан, Венеція, Флоренція, Рим) та на пляжах лігурійської Рив'єри. В Італії представлені світові готельні бренди, такі як Marriott, Westin, St. Regins, Accor, Holiday Inn, Forte Hotels, Le Meridien. За кількістю готельних місць, країна займає чи не перше місце в Західній Європі.

У ділових центрах розвинутих міст країни переважають бізнес-готелі, яких існує майже 4,5 тис. Вони можуть запропонувати гостям не тільки

великий спектр послуг, а й спеціально облаштовані приміщення для індивідуальної роботи, конференц-зали, зали для засідань та зустрічей.

В Італії можна побачити й маленькі готелі, для яких характерна особлива атмосфера затишку. Зазвичай, це готелі, які мають до 100 номерів знаходяться у невеличких курортних містах або ж у місцях з цікавою та багатою історією. Їх розміщують у пам'ятках архітектури та історії для того, щоб відновлювати культуру країни через адаптацію до ринкового середовища. Декілька з них розташовані в мальовничих місцях Венеції, в дивовижних віллах у стилі ліберті в Соломео, у стародавніх поштових відділеннях Тревизо й Мароморе, в історичному місці Феррарі, в аристократичних та історичних палаццо Фонтанеллати й Мілана, у будинках XVIII ст. Сесто-Календи й Маратеї, на Ізола дель Вулькано (у Стромболі), у середньовічних будівлях Баньо Віньоні, на Паданській рівнині в Сораньє, на березі венеціанської лагуни (Торчелло), серед зелених гаїв на ділянці узбережжя Тірренського моря Коста дель Чіленто (Санта Марія Ді Кастеллабате) та ін.

Популярним місцем для розміщення в Італії являється будинок-готель, який пропонує систему «Bed and Breakfast», тобто нічліг та сніданок. Такий тип готелів є затишним, економічним, з сімейною атмосферою та домашньою кухнею. Всі ці характерні риси готелю дають змогу туристові почуватись гостем сім'ї. Розташований такий тип готелю у приватних квартирах історичних палаццо, на віллах, хуторах та давніх, відомих своєю історією маєтках. Найбільше готелів системи «Bed and Breakfast» можна побачити в областях Центральної Італії (45%), Північної (33%) та Південної (21%). Переважна кількість цих готелів не підлягає обов'язковій сертифікації та не заноситься до загальнонаціонального реєстру. Також для готелю створено проект «Знак якості В&В», за допомогою якого преміюються найкращі готелі Італії «Bed and Breakfast», що надають високоякісний сервіс і відповідають європейським стандартам.

Кемпінги та туристичні поселення складають понад 3% від усієї мережі закладів розміщення Італії та надають більше, ніж 36% загально італійської

пропозиції з розміщення подорожуючих. На них припадає понад 10% від загальної кількості прибуттів до закладів розміщення. Найбільша кількість таких місць знаходиться в таких регіонах Італії: Венето, Тоскані, Марке, Трентіно-Альто Адіджі, Апулії, Калабрії.

Серед додаткових закладів розміщення на третьому місці після кемпінгів та туристичних поселень як за кількістю підприємств, так і за кількістю місць знаходяться агротуристичні ферми. В Італії існує 5,9 тис. фермерських господарств, які можуть запропонувати понад 68,4 тис. місць для відпочинку туристів.

Крім звичайного готельного фонду, в Італії існують денні готелі (*Albergo diurno*), розташовані біля вокзалів та аеропортів. У таких готелях можна не тільки переночувати, а й привести себе в порядок після тривалих подорожей. Тут пропонують послуги перукаря, хімчистки та пральні.

З недорогого житла широко представлені приватні готелі – локанда (*Locanda*). Класична локанда розрахована всього на кілька гостей. Прибиранням і готуванням займаються самі господарі, відмінною особливістю локанда є наявність невеликої їдальні або зали. Такий приватний готель розрахований на 15-20 номерів та має рівень від однієї до трьох зірок.

Серед італійських готелів, які потрапили у топ найкомфортніших та найкращих у світі по версії туристичного путівника «*Travel Guide by Novel Voyage*», можна виділити декілька з них.

Одним з найвідоміших та найпрестижніших готелів в Італії є *Four Seasons Hotel Firenze* (Додаток Е). Настільки величний архітектурний комплекс розташувався в найбільшому приватному парку Флоренції, площею 4,5 гектарів і одночасно в одному з найпрекрасніших зелених місць – на правому березі річки Арно.

Цей готель є кращим з того, що подарувала світові епоха Ренесансу. Фешенебельний готель *Four Seasons Firenze* знаходиться в мальовничому історичному центрі міста. Цей готель – справжній збірний образ Флоренції, що

складається з двох окремих будівель: колишнього монастиря XVI століття і елегантного палаццо Della Gherardesca, датованого XV століттям.

При зведенні Four Seasons Hotel Firenze цілком було створити справжній розкішний музей для проживання з витворами мистецтва XV і XIX століть, розміщених по всьому готелю. Готель зберіг атмосферу витонченої розкоші епохи Відродження в її найбільш красномовних проявах, починаючи від прикрашених розписом стель і старовинних фресок, закінчуючи майстерною ліпниною і творами італійського мистецтва.

У готелі 116 комфортабельних номерів різних категорій, включаючи 72 Guest Rooms (гостьові кімнати) і 44 Suites (номер люкс). Номери відрізняються вишуканими індивідуальними інтер'єрами, що поєднують витончену розкіш епохи Ренесансу і сучасний комфорт [20, с. 73-75].

Другий не менш прекрасний готель – Bellevue Hotel and Spa знаходиться в Валле-д'Аоста, яка має статус автономної області в Італії, одночасно будучи не схожою ні на яку іншу провінцію (Додаток Ж).

Ця територія на північному заході Апеннінського півострова знаходиться в мальовничій альпійській місцевості серед схилів гірських вершин Європи. Розташовуючись на самому кордоні з Францією і Швейцарією, а також областю П'ємонт, долина Аости увібрала в себе все, чим багаті ці краї: яскраву культуру і, звичайно, неймовірної краси природу.

У готелі є вишуканий інтер'єр, який немов мозаїка складається з самодостатніх елементів, де кожен сантиметр цілком відповідає загальній картині.

Bellevue Hotel & Spa був зведений в 1925 році – через 3 роки після створення Національного парку Гран Парадізо на місці стародавнього мисливського угіддя для Королівської родини.

Роком пізніше італійський уряд видав указ про заборону господарської діяльності на територіях надзвичайної природної краси і, в першу чергу, в долині Аоста.

З самого відкриття Bellevue Hotel & Spa служив фешенебельним курортом, де зупинялись знатні сім'ї з Генуї, Мілана, Турина, інших регіонів Італії, а також інших країн. Цим готелем, який є приватним володінням, вже не перше покоління керує сім'я Jeantet-Roullet – готельєрів, які передають з рук в руки цей скарб в Альпах.

Bellevue Hotel & Spa є почесним членом спільноти Історичних місць Італії, а також знаменитої готельної мережі Relais & Châteaux.

Неподалік готелю знаходиться гірськолижна траса на 5 спусків. Крім того, у Bellevue Hotel & Spa туристів чекає безліч занять, починаючи від піших і кінних прогулянок, їзди на гірських велосипедах і скелелазіння, до рафтингу, ігри в гольф або теніс. У готелі є сирний льох, де зберігаються найкращі сири альпійського регіону, Парми, а також сири з півдня Італії.

Винний льох готелю удостоєний звання одного з найкращих у світі, отримавши нагороду 3 зірки в списку World Best Wine. У всій Італії подібне звання отримали всього 7 місць, в числі яких і Bellevue Hotel & Spa.

У 2006 році спа-центр готелю виграв трофей кращого спа з числа всіх курортів Relais & Châteaux, а потім в 2013 році був удостоєний престижної премії Prix Villégiature Award, як найкращий спа-готель в Європі.

Також тут є два плавальних басейни, інфрачервона сауна, біо- і фінська сауна, парова і римська лазня, велика соляна кімната, фітнес-центр Technogym і декілька кімнат для відпочинку. Готель може запропонувати великий вибір процедур для обличчя і тіла, а також численні оздоровчі процедури [21, с.84-110].

Третій дуже відомий світовий готель знаходиться на острові Сардинія. Forte Village Resort вважається одним із символів острова (Додаток II).

Forte Village Resort – це 8 готелів делюкс класу з 21 рестораном і 14 барами, які розташовані на території 47 гектарів закритого середземноморського парку з прямим доступом до пляжу біля узбережжя на крайньому півдні Сардинії, неподалік від столиці острова Кальярі.

Тут 300 днів на рік стоїть сонячна погода, а завдяки горам, що закривають курорт від холодних північних вітрів, переважає особливий субтропічний клімат з м'якою погодою.

Forte Village також визнаний «Ведучим міжнародним зеленим курортом світу». В'їзд на автомобілях на територію комплексу забороняється, а полив територій проводять водою з власного резервуара, що в тому числі дозволяє використовувати продукцію органічного походження [40].

У кожному з 8 готелів Forte Village свій неповторний дизайн і шарм, окремий ресторан для сніданків і кілька ресторанів на вибір на вечерю, вартість яких вже включається в напівпансіон. За додаткову плату гості можуть покуштувати вишукані страви в численних ресторанах, розташованих на території курорту.

Готелі Bouganville, Le Palme і Il Borgo – це чотиризіркові бунгало, розташовані серед розкішного тропічного саду, які є ідеальним варіантом для розміщення пар і сімей з дітьми будь-якого віку.

Готель Le Dune 5 *, розташований поруч з пляжем, пропонує на вибір просторі бунгало або витончені номери люкс. Повністю оновлений п'ятиповерховий готель Castello 5 *, також розташований поруч з морем і має власний басейн.

П'ятизірковий Villa Del Parco – це ідеальне рішення для молодят і гостей, які цінують спокій. Цей готель входить в ланцюжок Leading Hotels of the World (Готелі-лідери у світі) і розташовується посеред квітучого саду поруч зі спа-центром.

Готель Pineta 5 *, розташований у сосновому гаю, являє собою три окремо стоячих двоповерхових корпусів з оновленими номерами на першому поверсі.

Waterfront Suites знаходяться біля пляжу і мають у своєму розпорядженні 12 сьютів (номері люкс), а також пропонують високий рівень обслуговування і мальовничий вид на море. Будучи частиною готелю Villa Del Parco, сьюти входять у ланцюжок Leading Hotels of the World. Ексклюзивні вілли з

приватним садом і басейном також є частиною готелю Villa Del Parco. 21 ресторан в Forte Village – це кулінарна подорож навколо світу. 80 шеф-кухарів, відданих своїй справі, а до того ж і можливість вибору з 180 страв дозволяють догодити найвибагливішим гурманам.

В основі будь-якого меню лежать свіжі інгредієнти, подаровані морем і землею, велика частина з яких зроблені на Сардинії. Forte Village пишається своєю співпрацею з шеф-кухарями, зазначеними зірками Michelin, деякі з яких мають власні ресторани на курорті: Гордон Рамзі – зірка міжнародного масштабу, Альфонс Шубека зі своєю концепцією Spice for Life і Рокко Йанноне – знаменитий представник найвищих кулінарних традицій Італії. Acquaforte Thalasso & SPA – відомий далеко за межами Сардинії спа-центр з безліччю авторських процедур, включаючи ефективні програми таласотерапії (процедури по догляду за тілом з використанням морської води, водоростей та морської грязі).

У квітучому саду представлені 6 таласотерапевтичних басейнів, кожен з різною концентрацією солі (магнію і соди) і різної температури. Крім того, туристам можуть відвідати центр спортивної медицини, турецьку лазню, масажі, тренажерний зал і детокс програми.

У парку Аюрведи туристам пропонують масажі з використанням давньої індійської техніки, щоб додати тілу і духу більше сил. У Forte Village у розпорядженні гостей безліч спортивних академій під керівництвом знаменитих тренерів: футбольна школа Chelsea для дітей і підлітків, баскетбол і нетбол, теніс, плавання, танці, бокс, настільний теніс, картинг і академія шахів.

У Forte Village десяток басейнів і безмежні можливості для занять будь-яким видом водного спорту, таким як віндсерфінг, водні лижі, дайвінг, або вітрильний спорт. Також можна пограти в гольф в гольф-клубі на 27 лунок, де проходив знаменитий кубок Italian Open, що розташований усього в 15 хвилинах їзди на автомобілі.

Також Forte Village пропонує гостям послугу оренди престижних яхт з першокласним досвідченим екіпажем. Адже це незабутній шанс вивчити

природну красу Сардинії в повній самоті на борту яхти з вишуканим обслуговуванням [21, с. 86-90].

Отже, Італія знаходиться серед країн – лідерів Західній Європі за кількістю готельних місць. У країні представлені світові готельні бренди, які можуть запропонувати туристам високоякісний сервіс, великий спектр послуг, мальовничі види, різноманітні види відпочинку та смачну національну кухню. Цій країні притаманна своєрідна класифікаційна система, різниця в цінових показниках між готелями з подібною категорійністю, частина готельних і неготельних підприємств має відносно низький рівень обслуговування, частково не відповідає світовим стандартам. Проте наявність великого туристичного потенціалу та конкуренції стимулює розвиток готельної індустрії.

РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ІТАЛІЇ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

3.1. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Італії на сучасному етапі

Туризм є одним з найбільш значимих економічних секторів Італії, вагомим фактором експортного потенціалу італійської економіки, важливою сферою прикладання праці, джерелом довгострокового розвитку. Тим не менш, в останнє десятиліття динаміка та економічні результати розвитку туризму в Італії були менш сприятливими, ніж у минулих роках, що обумовлюється різноманітними причинами як глобального (наприклад, зміни потреб, запитів, пропозицій на світовому туристичному ринку), так і національного та регіонального характеру (відставання у впровадженні технологічних інновацій, нерівномірність у розвитку туристичної інфраструктури, відсутність узгодженості в діях всіх зацікавлених сторін).

В останні роки особлива увага держави зосередилась на вирішенні проблем, які стоять на заваді пришвидшеному розвитку галузі. Туризм приносить багато екологічних проблем, зокрема повітряні та дорожні подорожі є забруднюючими. Крім того, туристи часто залишають сміття на вулицях. Наприклад, проблема забруднення стала актуальною для нормального функціонування музею під відкритим небом Помпеї, який внесений до Списку ЮНЕСКО.

Іншою проблемою є розширення мережі шляхів. Щорічно будується багато нових доріг, але деякі з них спотворюють мальовничі ландшафти італійської провінції. Прагнення збільшити комфортні умови для туристів іноді спонукають підприємців будувати нові готельні комплекси у безпосередній близькості до найкрасивіших пляжів Сардинії або Тоскани. Всі ці фактори можуть негативно вплинути на туристичну привабливість Італії [53].

Проблеми туристичної галузі Італії вже знаходились у центрі уваги вітчизняних науковців. Так, Смаль В.В. виділяє кілька важливих проблем розвитку туризму в Італії: «Проблема підвищення якості послуг – одна із гострих проблем розвитку туристичного бізнесу Італії, що заслуговує на особливу увагу. Потреба в якісних послугах не обмежується ринком дорогого відпочинку. Відвідувачі цінують якість обслуговування, незалежно від типу або рівня туристичного продукту. Особливості структури італійського туристичного бізнесу, для якого характерно переважання компаній, що перебувають у сімейній власності, породжують проблему управління якістю: дрібні фірми, як правило, не стандартизують своїх послуг, а також не можуть використовувати сучасні методи управління якістю. Наприклад, існуюча класифікація готелів, що покликана надавати потенційному споживачеві інформацію про очікуваний рівень комфорту та якість обслуговування, має відмінні рейтингові системи і критерії оцінювання в різних регіонах країни. Як наслідок – діапазон якості в межах однієї групи часто занадто широкий, і, скажімо, тризіркові готелі, з точки зору якості та ціни, різняться від регіону до регіону» [15, с. 50-93].

У країні спостерігаються великі відмінності у рівні розвитку туризму у різних регіонах країни та відвідуваності об'єктів, які не завжди пояснюються їх природно-ресурсним чи культурним потенціалом. Наприклад, поряд з найбільш відвідуваними музеями світу є велика кількість маловідомих музейних установ, що, між тим, мають важливе історичне значення. Але недостатня обізнаність туристів заважає збільшенню відвідувачів цих установ. Отже, перед діячами туристичної сфери стоїть завдання покращення інформаційного забезпечення туристичної сфери.

З іншого боку, часто країна перенасичена туристами, які хочуть відвідати музеї Італії, але історичні споруди, де розміщені колекції, не в змозі прийняти велику кількість візитерів. Тому адміністрація таких закладів змушена приймати рішення про продаж квитків заздалегідь на певний час та дату, щоб не переповнювати музеї.

Також варто підкреслити те, що індустрія гостинності в Італії досить диверсифікована і представлена підприємствами різних типів та класів. Це стало результатом того, що деякий час в Італії не було єдиної системи оцінки сервісу в готелях. На той час не існував закон про класифікацію готельних підприємств навіть у рамках Європейського Союзу, а сама туристична діяльність не регулюється централізовано державою та знаходиться у віданні регіональних органів влади. Через це в кожному регіоні Італії була своя система категоризації закладів розміщення або взагалі не вважалося обов'язковою.

Тривалість перебування в готельних закладах майже вдвічі нижча порівняно з додатковими закладами розміщення (вілли, бунгало, кемпінги, приватні апартаменти та інші), що також являється проблемою в готельному бізнесі. В середньому гості проводять в готельних закладах 3,3 ночі, тоді як в інших – 6,2.

Неможливо оминати тему вірусної інфекції в Італії у 2020–2021 рр., оскільки пандемія завдала відчутний удар по італійському туризму, який приносив країні щорічно десятки мільярдів євро і формував порядку 12–13% її ВВП. Вірус залишив готелі порожніми, оскільки туристи залишаються вдома, тоді як готельєри зосереджуються на безпеці своїх працівників та гостей. Коронавірусна інфекція сильно вплинула на італійську готельну індустрію, оскільки уряд закриття усю країну та заборонив громадські збори, а більшість співробітників працюють дистанційно. При цьому негативний ефект від раптового припинення діяльності готелів відчувають й багато інших галузей, які прямо або побічно були залучені до обслуговування гостей.

Провінції Ломбардія, де міститься Мілан, і Венето, в якому знаходиться Венеція, є двома районами країни, які відчувають найбільші збитки від пандемії COVID-19.

Франсуа Дроулерс – президент туристичної асоціації Confindustria Turismo Venezia та засновник DHotels, у портфоліо якого входить DoubleTree у районі Венеції, сказав, що Венеція через брак туристів схожа на Венецію

XVI століття. Багато готелів закрились, а деякі подали заявку на кризову допомогу [58].

Інші компанії також звертали увагу уряду на збитки, які зазнають підприємства туристичної галузі через карантинні обмеження. Наприклад, Італійська туристична асоціація Assoturismo Confesercenti повідомляла, що до кінця лютого, коли спалах ще тільки починався, бронювання на подорожі та проживання в розмірі 200 мільйонів євро у березні вже було скасовано. Ця цифра, заснована на даних італійських готелів, пансіонатів та туристичних агентств. У трьох найбільш постраждалих регіонах – Ломбардії, Венето та Емілія-Романья – показник скасування бронювання готелів, авіаквитків та квартир досяг 90%. Ці три регіони традиційно найбільше забезпечували наповнення державного бюджету країни, на них припадає 40% ВВП Італії [59].

Італія – невід’ємна частина глобального туристичного ринку і не може залишатись осторонь тих процесів, що відбуваються в його межах. Туризм є важливим гравцем у глобалізаційних процесах і водночас знаходиться під сильним впливом глобалізації. Вибухове зростання виїзного туризму з нових ринків – поставників туристів, таких як Китай, Індія, Росія, обумовило зміну моделей туристичних потоків і попиту, а також створило нові можливості для традиційних туристичних країн, якою є Італія [62, 63].

У сучасних умовах для подолання кризових явищ і виведення туристичної галузі на передпандемічний рівень Італії потрібно переосмислити деякі аспекти в туристичній індустрії та розробити стратегію для збільшення потоку туристів, адже вона має всі підстави для цього.

Вже з другої половини травня 2021 року має почати діяти «національний зелений паспорт», який дозволить подорожі між регіонами Італії. Про це заявив прем'єр-міністр Італії Маріо Драгі. Було запропоновано такий вихід з карантинних обмежень, щоб гарантувати, що туристи можуть безпечно приїжджати до Італії. Очікується, що цей документ буде містити інформацію про вакцинацію та результат з негативним ПЛР-тестом, щоб підтвердити, що турист перехворів на коронавірусну інфекцію. Маріо Драгі сподівається, що це

зможе відновити туризм та зробити його сильнішим, ніж раніше. За оцінками Міністра туризму Массімо Гаравалья, Італії знадобиться два роки для повернення до рівня туризму 2019 року.

Якщо говорити про загальні рекомендації щодо покращення туристичної галузі в Італії, то можна виділити основні:

По-перше, варто більше уваги приділяти онлайн-туризму та вдосконалювати інформаційні технології [56].

По-друге, більше розвивати туризм у Південній Італії, розробити для цієї території, так звані, «тур на один-два дні», які надзвичайно популярні серед молоді. Наприклад, найближчим часом компанія «STR Global» планує розробити проекти з розвитку курортних регіонів зі слабшою туристичною інфраструктурою (Сицилія, Адріатична рів'єра, Капрі) [60, 61].

По-третє, вирівняти диспропорцію між Південною та Північною Італією, покращити туристичні послуги та транспортні системи, залучити новітні інформаційні технології, модернізувати існуючі туристичні продукти [57].

Також є ще декілька рекомендацій, які покращать розвиток туризму в Італії:

1) Розширити туристичну пропозицію Італії та зробити її більш сталою та конкурентоспроможною.

Потрібно створювати альтернативні способи подорожі. Наприклад, прокладати такі маршрути, щоб туристи могли залишатись не тільки в популярних місцях Італії, а й у менш відомих. Можна було б заснувати в таких містечках готелі, пансіонати або ж агросадиби та розвивати зелений туризм. У цьому сенсі дії будуть спрямовані на збагачення існуючої пропозиції та забезпечення того, щоб привабливість великих об'єктів стала можливістю розповсюдити туристів серед менш відомих районів [60].

2) На думку Смаля В.В., процес глобалізації привів до появи і зростання популярності нових DESTINAЦІЙ та зростання конкуренції між країнами. Італія, як і багато інших традиційних туристичних країн, має підтримувати ефективну присутність на міжнародних ринках, щоб залишатись помітною на тлі інших

пропозицій. На його думку, для збереження лідируючих позицій у світовому туризмі Італії необхідно: «Переосмислити стратегію розвитку сектору в напрямку розвитку нових туристичних послуг, запровадження нових і оновлення існуючих туристичних продуктів, стимулювання інновацій. У першу чергу ці зусилля повинні бути спрямовані в ті сфери туризму, де в Італії є унікальні пропозиції. Наприклад, Італія має визнану на міжнародному рівні культурну спадщину і може отримати конкурентну перевагу за рахунок подальшого вдосконалення відповідних пропозицій і роботи з туристами через створення пакетів програм (наприклад, тур одного міста або тур однієї події), забезпечення або спрощення доступності об'єктів та спільної маркетингової підтримки. Італії необхідно пристосовувати пропозицію національного туристичного продукту до потреб і запитів мінливого і динамічного сучасного ринку та створювати сприятливе середовище для розвитку туризму. Важливим компонентом такого середовища є нові інформаційні технології, зокрема, всесвітня мережа Інтернет, що докорінно змінила міжнародну індустрію туризму та її взаємодію із споживачами. Замовлення через Інтернет забезпечує економію в 30%, порівнюючи із традиційними каналами. В Італії в останні роки спостерігається швидке зростання замовлень через Інтернет. Онлайн-туризм є одним з найбільш важливих секторів електронної комерції в Італії і визначальним чинником створення та розвитку туристичного бізнесу. Щоправда, потенціал Інтернету не в повній мірі використовується малими підприємствами, які складають більшу частину італійської індустрії туризму. Зростання ролі Інтернету у пошуку інформації та купівлі туристичного продукту здатне забезпечити важливі конкурентні переваги для невеликих підприємств, особливо, враховуючи тенденцію до зростання популярності коротких і частих подорожей, замовлення на які оформляються в останній момент» [15, с. 50-93].

3) Також потрібно підвищити потенціал італійської туристичної системи для розробки нових напрямків і нових продуктів, тобто планування маршрутів між регіонами, що з'єднують провідні туристичні місця з менш відвідуваними

районами. Маршрути формуватимуть більш тісні зв'язки між туризмом та іншими видами діяльності (італійська кухня, італійська майстерність, культура тощо). У цьому випадку музеї можуть бути з'єднувальною ланкою з іншими прилеглими територіями та сприяти поширенню культури тощо.

Отже, туризм є одним з найбільш значимих економічних секторів Італії, що має вагомий потенціал подальшого розвитку. До найбільш характерних рис розвитку туризму в Італії слід віднести: високий рівень інтернаціоналізації, зростання в'їзного туризму та збереження домінування внутрішнього туризму; поступовий перехід туристського попиту від пляжного туризму до міст мистецтва; високі темпи зростання об'єктів розміщення, інших, ніж готелі; висока частка малого сімейного бізнесу тощо. Але в останні роки галузь переживає проблеми, пов'язані з карантинном через коронавірусну інфекцію. Уряд та місцеві органи влади вживають заходи щодо виправлення цієї ситуації. Зокрема, розроблено декілька рекомендацій, які мають допомогти італійському туризму вийти з кризового стану.

3.2. Рекомендації щодо використання досвіду Італії для розвитку туристичної галузі в Україні

З кожним роком кількість туристів, які відвідують Україну, збільшується, тому у нашій державі постійно покращується туристична інфраструктура, а саме зазнають змін засоби розміщення, харчування, пересування та об'єкти рекреаційного й оздоровчого призначення.

Варто зазначити, що ставлення до туризму в Україні також змінилось за останні декілька років. Сьогодні туризм – це не просто сфера відпочинку, оздоровлення та розваг, а й фактор збільшення державного бюджету, створення нових робочих місць, популяризації народної культури та традицій.

Для країни надзвичайно важливо мати ефективну туристичну політику, аби покращити туристичну галузь. В Україні реалізацією цієї політики займається Державне агентство розвитку туризму України (далі – ДАРТ), яке в

свою чергу підпорядковується Кабінету Міністрів України через Міністерство культури та інформаційної політики України. Місією ДАРТ можна виділити те, що воно являється дієвим інститутом, що займається формуванням та успішною реалізацією державної політики у галузі туризму за допомогою досвіду міжнародних партнерів.

Серед цілей, які ДАРТ ставить на 2021–2024 роки, можна виділити:

- покращення іміджу України у світі;
- збільшення кількості туристів з цільових ринків;
- розвиток туристичної інфраструктури;
- інновації в туризмі;
- розвиток ділового туризму;
- розвиток внутрішнього туризму;
- підвищення ефективності управління туристичною сферою;
- аналіз ринку та статистика;
- вдосконалення нормативно-правової бази в сфері туризму.

Також у ДАРТ є декілька проектів, які допомагають популяризувати туризм в Україні. Наприклад, проект «Мандруй Україною», який спрямований на популяризацію внутрішнього туризму серед співвітчизників. Інший проект – «Туристичні магніти» – популяризує пам'ятки природи та архітектури для іноземців та українців. Нещодавно був запущений проект «Ukraine now», який демонструє привабливість України для туризму, культурної взаємодії та бізнесу [33].

Згідно із Законом України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р., державна політика в галузі туризму реалізується таким чином:

- виділення та реалізація головних напрямків державної політики у сфері туризму;
- розподілення державного бюджету на створення та здійснення програм щодо розвитку туризму;
- оцінювання туристичних ресурсів країни та їх охорона;

- зазначення аспектів щодо основ безпеки туризму;
- правове регулювання в туристичній галузі (обслуговування громадян);
 - ліцензування у сфері туризму, сертифікація туристичних послуг, виділення кваліфікаційних вимог для фахівців у туристичній сфері;
 - підготовка кадрів;
 - організація звітності та системи статистичного обліку.

29 квітня 2021 року Верховна Рада України ухвалила законопроект № 4162 про внесення змін до Закону України «Про туризм». Було виділено те, що головними напрямками залишається внутрішній та в'їзний туризм в Україні. Також було запропоновано створити Єдиний туристичний реєстр, який виступатиме інструментом успішної комунікації з суб'єктами туристичної діяльності та введення комплексної статистики. Завдяки цьому реєстру можна буде усім громадянам продивитись інформацію про діяльність туроператора, турагента, перевізника або готелю. Все це буде створено задля того, аби захистити туриста. Наприклад, запровадження страхування від неповернення, що буде гарантувати компенсацію витрат, які пов'язані з перебуванням та поверненням туриста в Україну, що знаходиться поза її межами. Також буде запровадження складання договору між туристом та туроператором і створення туристичних фондів аби фінансувати різні програми на місцевому рівні [25].

У «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», ухваленій у 2017 р., зазначено, що Україна має великий потенціал для розвитку економіки за рахунок туризму, адже знаходиться в центрі Європи. Проте недоліком можна вважати те, що вона відстає від інших країн світу за якістю надання туристичних послуг та рівнем розвитку туристичної сфери. Зменшилась кількість туристів й через проведення антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, анексію Автономної Республіки Крим. Ці події погано вплинули на туристичну сферу країни [23].

Не дивлячись на те, що Україна надзвичайно багата на туристичні ресурси, вона поки що не може бути конкурентом для провідних держав світу у

сфері туризму. Задля того, щоб ефективно використати власні ресурси, Україні варто створити туристично-рекреаційний простір за допомогою формування та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів, а також створити та реалізувати конкурентоспроможний туристичний продукт.

У Законі виділено декілька умов для розвитку сталого розвитку сфери туризму та курортів:

- формування у туристичній сфері державної інформаційної системи та можливість її об'єднання зі світовою інформаційною туристичною мережею;
- зосередження ресурсів країни на важливих завданнях розвитку туристичної галузі;
- підтримка у розвитку міжнародного та міжрегіонального співробітництва;
- покращення правової бази у туристичній сфері з питань регулювання суспільних відносин;
- вивчення та розроблення національних стандартів, які будуть відповідати міжнародним;
- покращення туристичних територій;
- впровадження туристичної організації національного рівня, тобто інституту саморегулюючих організацій у туристичній галузі;
- просування національного туристичного продукту на міжнародному рівні.

Тобто метою Стратегії є створення сприятливих умов для активізації розвитку туристичної галузі з урахуванням міжнародних стандартів, аби створити конкурентоспроможну сферу, яка прискорить економічний та соціальний розвиток країни та її окремих регіонів.

Цілями Стратегії є:

- сприяння розвитку туристичних територій та покращення територіальної структури сфери туризму завдяки комплексному використанню наявного рекреаційного потенціалу держави;

- формування національного туристичного продукту, який здатен конкурувати з провідними державами шляхом системної маркетингової діяльності;
- покращення рівня туристичної інфраструктури за допомогою вдосконалення матеріально-технічної бази;
- встановлення національних стандартів обслуговування туристів та впровадження відповідної ціни та якості туристичних продуктів;
- поширення туристичних продуктів шляхом проведення фестивалів, виставок та ярмарок, а також організація центрів туристичних інформацій для покращення інформаційної структури туристичних послуг;
- якісна підготовка та підвищення кваліфікації фахівців туристичного обслуговування.

Аналіз досвіду Італії у виробленні та здійсненні державної політики, спрямованої на підтримку вітчизняної туристичної галузі, дозволяє сформулювати низку рекомендацій, які допоможуть при реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року в Україні:

- перший – «Безпека туристів», що включає захист прав туристів. Наприклад, допомога тим подорожуючим, котрі зазнали травм під час поїздки або ж знаходяться у надзвичайній ситуації. Це означає проведення спеціального моніторингу таких подій та подальший порятунок туристів. Також утворення спеціальної телефонної лінії, куди туристи зможуть зателефонувати та повідомити про надзвичайну ситуацію, дізнатись певну інформацію або ж звернутися зі скаргою.
- другий – «Нормативно-правова база сфери туризму та курортів», який має на увазі покращення законодавства в сфері туризму. У цьому напрямку буде доцільним створити законопроекти щодо створення національних туристичних організацій, які зможуть контролювати туристичну галузь, займатись залученням інвестицій та співпрацею на міжнародному рівні. Також доцільно впровадження системи сателітного (допоміжного) рахунку, яка

буде відображати інформацію про туристичну галузь держави для повного систематизованого уявлення про неї.

- третій – «Розвиток туристичної інфраструктури», який включає в себе розвиток територій туристичного призначення. Тобто, розгляд інвестиційних пропозицій та проектів щодо розширення туристичної інфраструктури у регіонах держави; зробити туристичні об'єкти більш доступними для маломобільних мандрівників; встановити баланс у використанні туристичних ресурсів за допомогою регулювання кількості туристичних потоків.

- четвертий – «Розвиток людських ресурсів», що означає покращення кваліфікації працівників у туристичній сфері та підвищення рівня їх підготовки. Сюди входить створення спеціальних освітніх програм у галузі туризму та визначення стандартів підготовки фахівців.

- п'ятий – «Маркетингова політика розвитку туризму та курортів України», який включає в себе створення для України певного іміджу, який збільшуватиме потік туристів. Наприклад, розроблення бренду України та просування його за допомогою маркетингу; розробка заохочувальних буклетів та брошур з туристичними можливостями України за кордоном; представлення на міжнародних конференціях туристичну складову держави; розроблення різноманітних Інтернет порталів з інформацією щодо туристичних регіонів та культурної спадщини України.

Завдяки цим рекомендаціям Україна може досягти таких результатів:

- збільшити кількість інвестицій у туристичну сферу та отримати більший прибуток від подорожей країною;
- стати конкурентоспроможною країною завдяки якісному національному туристичному продукту;
- сформувати сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру та представити в інформаційному просторі туристичні ресурси держави;
- збільшити кількість робочих місць.

Також використовуючи досвід Італії у туристичній політиці, можна виділити ще декілька рекомендацій для України:

1. Україна може взяти до уваги ідею з організацією відряджень з проведенням промо-турів за кордоном для презентації туристичного потенціалу міст України. Також можна організовувати рекламно-інформаційні тури для представників туристичної галузі та ЗМІ, наприклад, до столиці України – міста Києва, організовувати обмін досвідом щодо розвитку туристичної галузі з іншими столицями.

2. Україні також варто вирівняти регіональні диспропорції у розвитку туризму та модернізувати транспортну інфраструктуру.

3. Необхідно обмінюватись досвідом та співпрацювати з представниками приватного сектору, громадськими організаціями та асоціаціями (у т. ч. організаторами заходів, туристичними операторами тощо), тобто розвивати державно-приватне партнерство; займатись реалізацією проектів державно-приватного партнерства в рамках презентації міст України та за кордоном; організовувати рекламу туристичних можливостей окремих регіонів України.

4. Варто звернути увагу на розвиток гастрономічного туризму. 20 квітня 2021 року Посольство України в Італії взяло участь в міжнародній онлайн-конференції «Дороги вина та смаку України: досвід розбудови, виклики та партнерська взаємодія». Ця конференція є результатом трирічної роботи Проекту Європейського Союзу «Підтримка систем географічних значень в Україні» [34]. Було розглянуто створення маршрутів в Україні із застосуванням європейського досвіду, подальший розвиток сільських територій та ефективне партнерство для здійснення гастрономічного туризму. Італія являється лідером серед гастрономічного туризму, тому допомагає іншим країнам (близько 150 державам) популяризувати його. Італія поширює концепцію «Slow Food», тому в Україні така практика буде поширюватись в рамках проекту «Ковчег смаку», яка реалізується разом із Університетом гастрономічних наук м. Полленцо (італійський регіон П'ємонт).

5. Україна може почати освоювати нові ніші для задоволення специфічних інтересів туристичних груп. Наприклад, Україні варто більше популяризувати традиційні види ремесел та подієвий туризм. Це може бути гончарство, ковальство, ткацтво, писанкарство на Мамаєвій Слободі, український побут у Пирогово, козацькі бої на острові Хортиця та організувати більше тематичних подій.

Отже, в Україні туристичну політику реалізує Державне агентство розвитку туризму України. Воно розвиває декілька проектів, які допомагають країні поширювати туристичний продукт на міжнародний рівень. Варто зазначити, що Україна має всі підстави для того, щоб успішно реалізувати туристичну політику. Досвід Італійської Республіки у сфері розробки і реалізації політики у галузі туризму може бути корисним для розвитку туристичної сфери в Україні. Це може допомогти збільшити туристичні потоки, перетворити туризм в одну з найбільш прибуткових галузей економіки України та вдосконалити стан наявної туристичної інфраструктури.

ВИСНОВКИ

Туризм сьогодні є одним з найперспективніших напрямів, який здатний забезпечити сталий економічний розвиток держави. Тому успішне функціонування системи туризму не може існувати без планування, регулювання, координації та контролю з боку держави. Державна політика у туристичній сфері допомагає країні в успішному використанні її туристичного потенціалу, займається співробітництвом в туристичній галузі та допомагає в адаптації пропозиції до зміни смаків споживачів. Крім того, дуже важливо для успішного розвитку туризму й міжнародне співробітництво в регулюванні та управлінні сфері туризму як складової туристичної політики. Основною організацією, яка здійснює туристичну політику являється Всесвітня туристична організація (ВТО), серед завдань є дослідження туристичного ринку, допомога країнам, які входять до складу ВТО, аналіз тенденцій світового туризму тощо.

Італія є одна з найбільш відвідуваних країн Європи. Цьому сприяє сприятливі природно-кліматичні умови, багата історія, культурні традиції. Сьогодні Апеннінський півострів, на якому розташована Італія, по праву вважається одним з провідних світових туристичних центрів. У регіоні Середземномор'я на нього припадає більше третини всіх гостьових відвідин.

Це пояснює особливу увагу, яку уряд Італії приділяє туристичній сфері. У країні існує мережа державних установ, в завдання яких входить розробка і реалізація політики у сфері туризму. Особливістю державного управління туризмом в Італії є те, що внутрішнім туризмом керують місцеві туристичні адміністрації, які мають досить широке коло повноважень, а міжнародним туристичним ринком займається Національне управління з туризму (ENIT). Місцеві або регіональні турадміністрації адміністративно підпорядковуються Департаменту з туризму, який входить до складу Міністерства виробничої діяльності.

В Італійській Республіці напрацьована нормативно-правова база державного регулювання у туристичній сфері, яка забезпечує вироблення державної політики у галузі туризму. Варто зазначити, що держава допомагає менш розвиненим регіонам розвивати туризм та покращувати стан туристичної галузі, створюючи різні маркетингові стратегії.

На території Італії успішно розвиваються різні види туризму, зокрема, екскурсійний та культурно-пізнавальний з центрами у великих містах як Рим, Венеція, Флоренція, термально-курортний, зосереджений переважно у районах Ломбардії, Венето та Терентіно, гірськолижний (Доломітові Альпи) та винний з центром у Тоскані. Популярним в Італії є й агротуризм, який вважається не особливо дорогим та привертає увагу туристів до Тоскани та Умбрії, де розвинений найбільше. Вартий уваги і гастрономічний туризм в країні, адже Середземноморська дієта входить до списку програми ЮНЕСКО «Шедеври усної та нематеріальної культурної спадщини людства», тому з кожним роком все більше туристів обирають цей вид туризму, аби спробувати національну кухню.

Італія, яка є однією з найбільш відвідуваних країн світу, має надзвичайно розвинуту систему прийому туристів, яка налічує більше, ніж 69 тис. місць для розміщення, які можуть прийняти одразу 3.6 млн. подорожуючих, тобто 8% річного потоку туристів.

Італійський готельний сектор займає провідне місце у світі за кількістю наявних номерів, посідаючи четверте місце після США, Китаю та Японії. Варто зазначити, що здебільшого в Італії переважають готелі з невеликою кількістю номерів (50-80) та з низькою категорією. Готелі, які мають від однієї до трьох зірок становлять більше, ніж 87% від загальної кількості готелів. Чотирьохзіркові готельні підприємства складають лише 7,8% мережі, а ті, що мають п'ять зірок або ж готелі-люкс – 0,4%. Здебільшого туристи, які зупиняються в готелях, обирають для себе трьохзіркові або чотирьохзіркові заклади розміщення.

Одним з важливих напрямів урядової політики Італії у сфері туризму є намагання вирішити проблеми, які стоять перед галуззю. Серед тих, які заслуговують на особливу увагу – це проблема підвищення якості послуг, а також диверсифікована індустрія гостинності Італії. Особлива увага приділяється вирішенню проблеми подолання наслідків пандемії COVID-19, яка завдала відчутний удар по туристичному сектору, що приносив країні значний прибуток кожного року. Найбільше постраждала провінція Ломбардія, де знаходиться популярний туристичний центр Мілан, та провінція Венето, де міститься Венеція. Було розроблено рекомендації щодо покращення туристичної галузі країни та виведення її на передпандемічний рівень.

Разом з тим, попри не досить успішний туристичний прогноз, який очікує Італію у 2021-2022 рр., країна має усі підстави для збільшення потоку туристів, а також зростання популярності нових туристичних центрів та готелів разом з ними. Наразі для Італії ключовим залишається переосмислення стратегії розвитку сфери туристичних послуг, запровадження нових і оновлення існуючих туристичних продуктів, стимулювання інновацій. Перспективними напрямками розвитку туристичної діяльності країни є: вдосконалення онлайн-туризму, розвиток сталого туризму, розробка нових напрямків та маршрутів територій, які поєднують провідні туристичні напрямки з менш відвідуваними районами держави, а також розвиток екологічного, аграрного та сталого туризму.

Досвід Італії у сфері вироблення та реалізації державної політики, спрямованої на підтримку туристичної сфери, може стати корисним для України, особливо з огляду на необхідність реалізації «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року». Передусім варто звернути увагу на вивчення досвіду Італійської Республіки щодо формування і просування туристичного продукту Італії на міжнародному ринку. Крім того, фахівці вітчизняної туристичної галузі мають звернути увагу на такі аспекти, як покращення законодавства у сфері туризму, вдосконалення стану туристичної інфраструктури, розвиток проектів, які мають на меті покращити та вивести

туристичний продукт країни на міжнародний рівень, та багато інших. Вироблення і реалізація успішної туристичної політики, у тому числі з використанням досвіду держав – лідерів туризму, зокрема Італії, допоможе Україні вийти на провідні позиції у цій сфері та оптимально використати свої ресурси для розвитку туризму.

РЕЗЮМЕ

Даруга Яна Олександрівна

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ В ІТАЛІЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню реалізації туристичної політики Італії та наданні рекомендацій щодо використання досвіду Італії для розвитку туристичної галузі України. Мета роботи – комплексний аналіз особливостей розвитку туристичної галузі Італії, дослідження процесу формування та реалізації урядової політики в галузі туризму, узагальнення досвіду уряду Італійської Республіки у цій сфері, розробка на підставі цього аналізу практичних рекомендацій для впровадження у туристичній галузі України. Завдання роботи: виділити та проаналізувати сутність поняття туристична політика та окреслити її основні ознаки; ознайомитись з особливостями формування та реалізації туристичної політики в Італійській Республіці; охарактеризувати головні туристичні напрямки та індустрію гостинності на території Італійської Республіки; проаналізувати сучасні проблеми розвитку туризму в країні та визначити перспективні напрямки для майбутнього розвитку туристичної діяльності на території Італії; сформулювати рекомендації щодо застосування досвіду Італії у галузі сприяння розвитку туризму для України. Об'єктом дослідження є туристична політика Італійської Республіки, а предметом дослідження є особливості формування та реалізації політики в галузі туризму в Італії, актуальні проблеми та перспективи розвитку туризму в Італії з метою формулювання рекомендацій для впровадження у сфері туризму в Україні.

У ході виконання кваліфікаційної роботи були використані методи аналізу та синтезу, узагальнення, методи обробки статистичних даних. В кваліфікаційній роботі розкриті аспекти формування та реалізації туристичної політики, охарактеризована туристична галузь Італії, виділені проблеми та перспективні напрямки розвитку туризму в Італії та надані рекомендації щодо використання досвіду туристичної політики Італії для України.

Ключові слова: туризм, туристична політика, туристична галузь, туристичні центри, Італія.

RESUME

Daruha Yana Oleksandrivna

SPECIFICS OF FORMING UP AND IMPLEMENTING TOURISM POLICY IN ITALY: IMPLICATIONS FOR UKRAINE

The qualification work is devoted to the study of the implementation of the tourism policy of Italy and the provision of recommendations for the use of the experience of Italy for the development of the tourism industry of Ukraine. The purpose of the work is a comprehensive analysis of the peculiarities of the development of the Italian tourism industry, study of the formation and implementation of government policy in tourism, generalization of the experience of the Government of the Italian Republic in this area, development of practical recommendations for implementation in Ukraine. Tasks: to identify and analyze the essence of the concept of tourism policy and outline its main features; to get acquainted with the peculiarities of the formation and implementation of tourism policy in the Italian Republic; to characterize the main tourist destinations and the hospitality industry in the territory of the Italian Republic; to analyze the current problems of tourism development in the country and identify promising areas for future development of tourism in Italy; to form recommendations on the application of the experience of Italy in the field of tourism promotion for Ukraine. The object of work is the tourism policy of the Italian Republic, and the subject is the peculiarities of the formation and implementation of tourism policy in Italy, current issues and prospects for tourism development in Italy in order to formulate recommendations for implementation in the field of tourism in Ukraine.

During the qualification work the methods of analysis and synthesis, generalization, methods of statistical data processing were used. The qualifying work reveals aspects of the formation and implementation of tourism policy, describes the

tourism industry in Italy, highlights the problems and promising areas of tourism in Italy and provides recommendations for using the experience of tourism policy in Italy for Ukraine.

Key words: tourism, tourism policy, tourism industry, touristic centers, Italy.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баррет К., Стеннард Д., Белл Б. Италия. Москва: Эком-пресс, 1998. 425 с.
2. Бедрак Н.О. Адміністративно-правове регулювання туристичною галуззю: автореф.дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07 / Київ. нац. ун-т внутр. справ. Київ, 2010. 16 с.
3. Герасименко В.Г. Основы туристского бизнеса: навч. посіб. Одеса: Черноморье, 1997. 160 с.
4. Клапчук М.В. Туристичні ресурси Італії, як основа для розвитку туризму. *Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації: стан та шляхи становлення*. зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 23 березня 2017 р.). Львів : ЛІЕТ, 2017. с. 103-110
5. Лайта Х. Италия: путеводитель. Москва: Полиглот, 1994. 78 с.
6. Любцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ: Альтерпрес, 2005. 436 с.
7. Мальська М. П., Гамкало М. З., Бордун О. Ю. Туристичне країнознавство. Європа: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 224 с.
8. Нехорошкина И. Ю., Ларионова Ю. Б., Кунявский Л. М. Италия. Остров Сардиния: путеводитель. Москва: 2010. 157 с.
9. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід: монографія/ за заг. ред.: А. Ю. Парфіненка. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 280 с.
10. Парфіненко А.Ю. Сутність поняття «туристична політика». *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2013. Вип. 1042. С.119-123.
11. Познер В. В. Их Италия. Путешествие-размышление «по сапогу»: учебник. Москва: АСТ, 2015. 352 с.

12. Реато Д. Венеция. Истории и достопримечательности. Москва: Знания, 2003. 213 с.
13. Семченко Н., Басюк Д. Инфраструктура готельного господарства Італії. *Науковий вісник Національного університету харчових технологій*. 2010. Вип. 328. С. 548-549.
14. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учеб. пособие. Москва: КноРус, 2007. 256 с.
15. Смаль В. В. Географія та туризм. *Туризм в Італії: тенденції, виклики, шляхи подолання проблем*. 2013. Вип. 24. С. 50–93.
16. Смаль В. В. Туристичні ресурси світу: підручник. Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.
17. Уилкок Д. Карманный путеводитель. Рим: путеводитель/ за ред. Захарова Л. Москва: ЭКОМ-ПРЕСС, 2012. 109 с.
18. Федорова Е. В. Знаменитые города Италии: посібник. Москва: Издательство Московского университета, 1985. 320 с.
19. Хорошевский А. Ю. Все о Риме: навч. посіб. Харків: Фолио, 2013. 309 с.
20. Шатковський К. Lovely hotels and resorts of the world. *Travel Guide by Novel Voyage*. 2018. Вип. 8. С. 70–122.
21. Шатковський К. Top 40 inspiring hotels and resorts of the world, spring-summer and autumn-winter. *Travel Guide by Novel Voyage*. 2017. Вип. 5. С. 84–110.
22. Шпарага Т. І., Стахурська І. О. Сфера гостинності Італії. *Географія та туризм*. 2011. Вип. 13. С. 30-36.
23. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Закон України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 05.05.2021).

24. Хартія туризму. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_640 (дата звернення: 10.04.2021).
25. Прийнято за основу проект Закону «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» : веб-сайт. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/Povidomlennya/207782.html> (дата звернення: 05.05.2021).
26. Всесвітня туристська організація: веб-сайт. URL: <http://lvivmun.sii.org.ua/unwto/> (дата звернення: 20.04.2021).
27. В Італії знаходиться аж 55 об'єктів ЮНЕСКО: веб-сайт. URL: https://www.ukrita.com/publ/pam_jatki_attrazione_turistica/kultura_mistectvo_ta_istorija/v_italiji_e_azh_55_sajtiv_junesko/20-1-0-8 (дата звернення: 20.04.2021).
28. Сеть распространения знаний ЮНВТО: концепции и членство: веб-сайт. URL: <http://know.unwto.org/sites/all/files/docpdf/conceptsandmembershipprussian.pdf> (дата звернення: 20.04.2021).
29. Туристская политика: веб-сайт. URL: https://turizme.at.ua/index/turistskaja_politika/0-17 (дата звернення: 12.03.2021).
30. Политика в сфере туризма в Италии: веб-сайт. URL: <https://www.stud24.ru/turism/politika-v-sfere-turizma-v/509486-2130014-page1.html> (дата звернення: 12.03.2021).
31. Регулирование индустрии туризма: международный опыт : веб-сайт. URL: <https://articlekz.com/article/21090> (дата звернення: 12.03.2021).
32. Туристическая политика. Государственное управление туристской индустрией: веб-сайт. URL: <https://belikebee.ru/flowers/turisticheskaya-politika-gosudarstvennoe-upravlenie-turistskoi.html> (дата звернення 02.03.2021).
33. Діяльність ДАРТ: веб-сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/diyalnist> (дата звернення: 02.03.2021).
34. Україна і Італія розвивають гастрономічний туризм: веб-сайт. URL: <https://italy.mfa.gov.ua/news/ukrayina-i-italiya-rozvivayut-gastronomichnij-turizm> (дата звернення: 12.04.2021).

35. Пандемия изменит отношение итальянцев к туризму: веб-сайт. URL: <https://vz.ru/amp/economy/2020/3/30/1031651.html> (дата звернення: 21.04.2021).
36. Отели, Венеция: веб-сайт. URL: http://www.italy.ru/articles/venice/venice_hotels (дата звернення: 14.04.2021).
37. Города Италии: веб-сайт. URL: http://www.italytour.ru/city_49.htm (дата звернення: 14.04.2021).
38. Рекреційно-туристичне вивчення Італії: веб-сайт. URL: <https://www.bestreferat.ru/referat-163764.html> (дата звернення: 12.04.2021).
39. Достопримечательности Сицилии: веб-сайт. URL: <https://sicily-travel.ru/dostoprimechatelnosti-sitsilii/> (дата звернення: 12.04.2021).
40. Сардиния, Forte Village Resort: веб-сайт. URL: https://www.santour.ru/news/kogda_govorim_o_sardinii__nepremenno_predstavlyаем_forte_village.html (дата звернення: 14.04.2021).
41. Ватикан: веб-сайт. URL: <https://www.моуаеуропа.com.ua/italy/vatican/> (дата звернення: 10.03.2021).
42. 12 найпопулярніших туристичних визначних пам'яток Неаполя та легкі одноденні екскурсії: веб-сайт. URL: <https://uk.theplanetworld.com/1491-naples-i-sm-n-uk> (дата звернення: 10.03.2021).
43. Гастрономічний туризм Італії: веб-сайт. URL: https://knowledge.allbest.ru/sport/3c0b65635b3bc69b4d43b89521316c26_0.html (дата звернення: 12.04.2021).
44. Винний туризм – розслаблюючий відпочинок без моря: веб-сайт. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/vynnyj_turyzm.htm (дата звернення: 12.04.2021).
45. Винный туризм в Италии: веб-сайт. URL: <http://tourlib.net/statti4/vinnyj-turizm-v-italii.htm> (дата звернення: 22.04.2021)
46. Legge 14 maggio 2005, n. 80: веб-сайт. URL: <https://www.camera.it/parlam/leggi/050801.htm> (дата звернення: 22.04.2021).

47. La Costituzione Articolo 144: веб-сайт. URL: https://www.senato.it/1025?sezione=136&articolo_numero_articolo=114 (дата звернення: 22.04.2021).

48. Costituzione della Repubblica Italiana. 2009 Senato della Repubblica: веб-сайт. URL: <https://www.senato.it/documenti/repository/istituzione/costituzione.pdf> (дата звернення: 22.04.2021).

49. OECD Tourism trends and policies Italy. 2018: веб-сайт. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies-2018_tour-2018-en (дата звернення: 20.04.2021).

50. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011: веб-сайт. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf (дата звернення: 22.04.2021).

51. OECD Studies on Tourism Italy: Review of Issues and Policies. 2011: веб-сайт. URL: <http://www.oecd.org/italy/oecdstudiesontourismitalyreviewofissuesandpolicies.htm> (дата звернення: 22.04.2021).

52. OECD Library: Tourism trends and policies 2020: веб-сайт. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/3d4192c2-en/index.html?itemId=/content/component/3d4192c2-en> (дата звернення: 22.04.2021).

53. Tourism in Italy: benefits, responsibilities and problems: веб-сайт. URL: http://www.merateonline.it/public/pub_immagini/2014/Gennaio/elaborato_Vigano.pdf (дата звернення: 02.05.2021).

54. The development of tourism in Italy and the role played by infrastructure: веб-сайт. URL: <https://www.infrastructure-channel.com/article/-/content/the-development-of-tourism-in-italy-and-the-role-played-by-infrastructure> (дата звернення: 22.04.2021).

55. Government and society: веб-сайт. URL: <https://www.britannica.com/place/Italy/The-legislature> (дата звернення: 22.04.2021).

56. Strategic plan for tourism 2017-2022 Executive summary: веб-сайт. URL: http://www.turismo.beniculturali.it/en/wp-content/uploads/sites/2/2018/04/Piano-Strategico-del-Turismo_Executive-Summary_2017_ENG.pdf (дата звернення: 07.03.2021).

57. World Travel and Tourism Council (2013), Travel and Tourism Economic Impact 2013, Italy: веб-сайт. URL: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/italy2013_1.pdf (дата звернення: 10.03.2021).

58. Italy's hotels eye eventual rebound from coronavirus: веб-сайт. URL: <http://www.hotelnewsnow.com/Articles/300720/Italys-hotels-eye-eventual-rebound-from-coronavirus> (дата звернення: 21.04.2021).

59. Tourism is 13% in Italy: веб-сайт. URL: <https://wolfstreet.com/2020/03/07/tourism-contributed-10-to-gdp-in-france-13-in-italy-15-in-spain-now-its-in-free-fall/> (дата звернення: 14.04.2021).

60. Hotels & Chains in Italy 2018: веб-сайт. URL: <https://corporate.cms-horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2018/03/Hotels-Chains-2018-Report.pdf> (дата звернення: 10.02.2021).

61. Hospitality industry in Italy – growth, trends and forecast (2020-2025): веб-сайт. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/hospitality-industry-in-italy> (дата звернення: 14.04.2021).

62. Italy's hotels and chains. Report 2019: веб-сайт. URL: https://www.hotelnewsresource.com/pdf19/HHTL_040319.pdf (дата звернення: 10.02.2021).

63. Hotels and chains in Italy, 2016: веб-сайт. URL: <https://www.hotelnewsresource.com/pdf16/HOR032416.pdf> (дата звернення: 10.02.2021).

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. Колізей, Рим

Додаток Б



Рис. Площа Святого Марка, Венеція

Додаток В



Рис. Собор Дуомо, Мілан

Додаток Г



Рис. Кальярі, Сардинія

Додаток Д



Рис. Сицилія

Додаток Е
Готель Four Seasons Firenze



Рис. Е.1. Зовнішній вигляд готелю



Рис. Е.2. Номер в готелі

Додаток Ж
Готель Bellevue Hotel and Spa



Рис. Ж.1. Зовнішній вигляд готелю



Рис. Ж.2. Номер в готелі

Додаток И

Готель Forte Village Resort



Рис. И.1. Територія комплексу



Рис. И.2. Прилегла територія готелю



Рис. И.3. Номер готелю