

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

Кваліфікаційна робота

на тему: «КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ В ІТАЛІЇ»

Допущено до захисту

« ____ » _____ 2021 року

здобувача групи МТ 01-20

факультету туризму, бізнесу і
психології

освітньої програми

Туризмознавство

за спеціальністю 242 Туризм

Бабаренко Єлизавети Іванівни

В. о. завідувача кафедри

психології і туризму

доц. Кучеровська Н. О.

(підпис)

Науковий керівник:

к.і.н., доцент Гедін М.С.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	9
1.1. Значення та роль культурно-пізнавального туризму в організації туристичної діяльності.....	9
1.2. Понятійний апарат дослідження.....	14
1.3. Методологія та методи дослідження.....	19
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ.....	24
2.1. Центри культурно-пізнавального туризму в Італії.....	24
2.2. Пам'ятки ЮНЕСКО як об'єкти культурно-пізнавального туризму в Італії.....	43
2.3. SWOT- і PEST- аналіз ринку туристичних послуг.....	57
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО- ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ.....	65
3.1. Вплив COVID-19 на індустрію туризму в Італії.....	65
3.2. Проблеми розвитку туризму в регіонах Італії.....	75
3.3. Перспективи співробітництва Італії та України в сфері популяризації культурно-пізнавального туризму.....	80
ВИСНОВКИ	89
РЕЗЮМЕ/ RESUME	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ	94
ДОДАТКИ	104

ВСТУП

Актуальність теми. Термін «культурний туризм» з'явився відносно недавно – у 80-і роки ХХ століття, і бере свій початок від так званого «туризму спадщини», явища, яке в силу багатьох причин стало дуже популярним у всьому світі з 70-х років ХХ століття. З тих пір культурна спадщина інтерпретується як спадщина історична, військова, літературна, художня та, хоча термін «культурний туризм» включає в себе знайомство з усіма пам'ятками, але в більшій мірі пов'язаний з художньою спадщиною (мистецтво, архітектура). У сучасному суспільстві історико-культурна спадщина країн нерідко виступає фактором мотивації туристів. З цієї причини розвиток культурного туризму країни не тільки призводить до збільшення туристичних потоків, а й формує імідж території, що сприяє подальшому просуванню туристичного продукту на внутрішній і міжнародний туристичний ринок. Італія, володіючи багатою культурно-історичною спадщиною і культурним різноманіттям, має всі можливості розвитку і вдосконалення розвитку даного виду туризму. Більш того, на сьогоднішній день Італія є об'єктом туристичного інтересу серед громадян усього світу і може стати одним з провідних культурних центрів на планеті.

Слід зазначити, що індустрія туризму будь-якої країни є невід'ємною частиною економіки держави. Італія – один з основних туристських регіонів світу. Цьому сприяють переваги географічного положення і природних умов країни. Вона розташована в центрі основних міжнародних туристських шляхів. Крім того, Італія – живописна країна із сприятливими природно-кліматичними умовами, наявністю широкого фронту морського узбережжя, багата величезною кількістю історико-архітектурних і культурних пам'яток. Це залучає в країну величезну кількість туристів практично зі всіх регіонів і країн світу.

Сьогодні туризм є складним переплетінням економічних, суспільних та історико-культурних факторів. У контексті сучасного розвитку туризму стає зрозумілим, що не всі країни мають однакове становище, сприятливе для їх розвитку як туристичної дестинації та позитивного впливу на життя країни.

Заостанні роки Італія зіштовхнулася із низкою проблем, які впливають на її подальший туристичний розвиток. Однією з таких проблем є велика конкуренція з боку інших популярних туристичних країн європейського регіону, які утримують першість за популярністю серед міжнародних туристів, особливо найближчих сусідів – Іспанії та Франції.

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 і економічні результати розвитку туризму в Італії були менш сприятливими, ніж у 1990-х 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). Вивчення туризму країни, що має потужні туристичні ресурси та багаторічні традиції діяльності туристичної сфери, найбільш цікаве, на наш погляд, з точки зору пізнання досвіду виявлення та подолання проблем розвитку. Врахування такого досвіду допомогло б уникнути багатьох проблем, спростити пошук своєї ніші на світовому туристичному ринку.

Туризм має надзвичайно велике значення в житті Італії. Туризм - один з найбільших та швидкозростаючих галузей італійської економіки. Щороку біля 44 млн. осіб відвідують Італію з туристичною метою, що приносить прибуток у розмірі 43 млрд. доларів, що виводить країну на 4 місце в світі за розвитком туризму та 3-є в ЄС - після Іспанії та Франції (біля 12% від ВВП становлять надходження саме від туризму). На частку Італії припадає 5,6% світового туристичного ринку.

Всесвітньо відома історія Італії, краса її природи, твори мистецтва, культурні пам'ятники, релігійні свята, мода й італійський стиль життя, вино й гастрономія — ось ті ключові пункти, які зробили Італію важливим

туристичним центром світового рівня. Туристів приваблюють ісонячні пляжі Середземномор'я, ікраєвиди, ізимові види спорту в альпах. італійська Рив'єра Лігурії є одним цілим з французькою, її доповнюють пляжі Сардинії та адриатики.

В Італії склалася добре організована система прийому туристів, здатна одночасно прийняти 3,6 млн. гостей. Вона складається з 33,3 тис. готелів на 1,8 млн. місць, 2,4 тис. кемпінгів і туристичних поселень на 1,3 млн. місць, 24,3 тис. приватних квартир, що здаються в оренду (на 252 тис. місць), 6 тис. агротуристських комплексів на 68,4 тис. місць та інших 3,3 тис. одиниць різних форм прийому гостей — 179 тис. місць (апартаменти з декількома власниками, притулки, пансіони, релігійні установи й будинки для прочан, тощо). Прибувають туристи з ФРН, Франції, Австрії, Швейцарії і Іспанії, а також з інших країн Європи, США. Туристи з Німеччини займають провідні позиції не тільки за кількістю, але і за тривалістю перебування. Типові терміни перебування за тур запрошенням — до 2 тижнів (термін виїзду протягом місяця), за приватним — до 1 місяця (термін виїзду протягом 2,5 місяців), за службовим — до 1 місяця (термін виїзду протягом 2,5 місяців). Економічне зростання і спрощення валютного контролю останніми роками сприяли розвитку виїзного туризму. Жителі Італії в основному подорожують в сусідні держави.

Враховуючи вищезазначене, існує потреба в аналізі, оцінці та систематизації туристичних ресурсів Італії та у пошуку новітніх стратегій їх використання.

Ступінь розробленості теми в туристознавчій літературі. Значний внесок у дослідження розвитку туризму у Італії зробили такі українські вчені, як: Бордун О.Ю., Каднічанський Д.А.

Широкий спектр наукових досліджень у галузі туризму Італії зробили такі дослідники, як: Костащук В.І., Герасименко В.Г.

Велику кількість наукових матеріалів, присвячених вивченню питання туризму у Італії, було підготовлено такими авторами, як: Онушкіна Є.В., Тараненко І.Г., Волкова Л. та ін.

Метою дослідження є визначання особливостей, а також проблем та перспектив розвитку культурно-пізнавального туризму в Італії

Об'єктом дослідження виступає культурно-пізнавальний туризм в Італії.

Предметом дослідження є особливості розвитку культурно-пізнавального туризму в Італії.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- розкрити теоретико методологічні поняття теми;
- визначити та охарактеризувати фактори розвитку культурно-пізнавального туризму в Італії;
- визначити роль історико-культурної спадщини Італії як основи культурно-пізнавального туризму;
- провести SWOT- і PEST- аналіз ринку туристичних послуг;
- визначити ключові проблеми розвитку культурно-пізнавального туризму в регіонах Італії;
- визначити перспективи співробітництва Італії та України в сфері популяризації культурно-пізнавального туризму.

Методи і прийоми дослідження. Теоретичною і методологічною основою дослідження є порівняльний, статистичний аналіз, описовий, історичний.

У роботі використано системний підхід для дослідження туристичних ресурсів Італії як цілісної системи в її динамічному розвитку та сукупність методів, які забезпечують його реалізацію, такі як:

– метод логічного узагальнення, який був використаний для забезпечення послідовності проведення наукового дослідження;

– історичний метод використовувався при опрацюванні часових економічних змін, спричинених туристичною діяльністю, та виділенні конкретні історичні події, які мали вплив на туризм;

– системно-аналітичний метод, за допомогою якого здійснено теоретичне узагальнення наукових концепцій, розробок, пропозицій провідних вітчизняних і зарубіжних учених, присвячених новим тенденціям у вивченні факторів розвитку туризму та туристичних ресурсів;

– методи спостереження та порівняння були використані для аналізу розвитку туристичної діяльності, зіставленні туристичних ресурсів та динаміки туристичних потоків за останні роки в країні;

– індукція та дедукція використовувалися для аналізу сформованої туристичної інфраструктури та загалу туристичних ресурсів в Італії;

– методи SWOT- та PEST-аналізів використовувалися для всебічного;

– метод статистичного аналізу застосований для дослідження динаміки розвитку туристичних ресурсів.

Джерельною базою дослідження слугували, матеріали з веб-ресурсів організацій *Fáilte Italy* та *Tourism Italy*, статистичні дані Міністерства транспорту, туризму та спорту Італії та Центрального управління статистики Італії. Крім того, у роботі використовувалась відомість з баз даних комерційних організацій. Також до дослідження було залучені документи організації ВТО, ООН та ЮНЕСКО

Апробація результатів роботи та публікації. Головні положення та результати дослідження були представлені у вигляді тез доповіді, доповідалися та обговорювалися на науковій конференції:

– Міжнародна студентська науково-практична конференція «*Ad orbem per linguas. До світу через мови*» 20-22 березня 2020 року, доповідь на тему: «Міжнародний туризм в Італії». Київ: видавничий центр КНЛУ, 2019. С. 682-684.

Особистий внесок здобувача:

- пошук, відбір та обробка матеріалів дослідження, узагальнення одержаних результатів, а також їх зіставлення з літературними джерелами;
- визначено та охарактеризовано фактори розвитку культурно-пізнавального туризму в Італії;
- узагальнено проблеми розвитку культурно-пізнавального туризму в Італії та запропоновано можливі варіанти їх розв'язання;
- визначено перспективи співробітництва Італії та України в сфері популяризації культурно-пізнавального туризму.

Практичне значення роботи: результати кваліфікаційної роботи можуть бути використані туристичними операторами України у популяризації культурно-пізнавального туризму Італії.

Структура кваліфікаційної роботи зумовлена її метою та завданням. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, резюме, списку використаних джерел із найменування, а також додатків. Кваліфікаційну роботу викладено на 112 сторінках друкованого тексту включаючи 105 сторінок основного тексту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Значення та роль культурно-пізнавального туризму в організації туристичної діяльності

Сучасний розвиток культурно-пізнавального туризму має позитивну тенденцію на світовому рівні. На успішний розвиток цього виду туризму впливає практично на всі ключові сектори економіки. Динамічний розвиток індустрії туризму дає поштовх до відкриття нових маршрутів подорожей, чисельних туристичних фірм та агенцій. Діяльність цих підприємств спрямовано на організацію комплексного обслуговування туристів, зокрема послуги перевезення, харчування, розміщення, екскурсії, тощо.

В культурно-пізнавальному туризмі благом виступає власне унікальний образ міста, його духовно-ментальна атмосфера, природні кліматичні, конфігураційні та ціннісні особливості, послугою – відвідання міста та використання його благ і туристичної інфраструктури для перебування туристів, товаром – продукти праці, що функціонально пов'язані з містом та вироблені для обміну і продажу з туристичною метою. В той же час, є тенденція до зменшення напрямків та програм даного виду туризму в діяльності туристичних підприємств. Низький рівень платоспроможності споживачів і їх недовіра до туроператорів і агентств ускладнює діяльність останніх. Тому продуктова політика підприємства щодо диверсифікації бізнесу і створення нових туристичних маршрутів дасть можливість бути більш конкурентоспроможним туристичному підприємству на сучасному ринку.

Виділення культурно-пізнавального туризму як специфічного сектору в системі туризму проводиться за трьома ознаками:

1. Характер діяльності туриста, що полягає в придбанні нового досвіду і вражень для задоволення культурних потреб. Ця ознака обумовлює концептуальне розходження культурного туризму від інших видів туристичної діяльності.

2. Мотивація туристів які залученні до культурного туризму. Ця ознака характеризує вид попиту туристів в культурно-пізнавальному туризмі.

3. Характеристика пропозиції - особливих туристських ресурсів, які задіяні в процесі задоволення попиту в сфері культурно-пізнавального туризму.

Культурно-пізнавальний туризм - як особливий вид діяльності висуває певні вимоги до ресурсного забезпечення процесу обслуговування споживачів, адже для формування певного туристичного продукту необхідна більша різноманітність ресурсів у порівнянні з іншими видами діяльності. Розширення спектру туристичних послуг вимагає інтенсивного пошуку у створенні якісно нових та цікавих туристичних пропозицій.

Взаємовідносини між туристичними фірмами та установами культури є основою формування і просування туристичного продукту культурно-пізнавального туризму, наступним чином: установи культури є носіями, зберігачами та творцями культурної спадщини та культурних благ кожного окремо взятого регіону; туристські фірми є посередниками, що просувають культурний продукт окремим категоріям споживачів. Туристичні фірми надають рекомендації, що дозволяють адаптувати діяльність установ культури.

Основою культурного туризму є історико-культурний потенціал країни, що включає все соціально-культурне середовище з традиціями і звичаями, особливостями побутової та господарської діяльності.

Мінімальний набір ресурсів для пізнавального туризму може бути будь-яка місцевість, але для його масового розвитку потрібно певна концентрація об'єктів культурної спадщини, серед яких можна виділити:

- пам'ятники археології;
- культову і цивільну археологію;
- пам'ятки ландшафтної археології;
- малі і великі історичні міста;
- сільські поселення;
- музеї, театри, виставкові зали та інше;
- соціо-культурну інфраструктуру;

- об'єкти етнографії, народні промисли та ремесла, центри прикладного мистецтва.

При відвідуванні іншої країни туристи сприймають в цілому культурні комплекси, складовою частиною яких є природа. Атрактивність культурних комплексів визначається їх художньої та історичною цінністю, модою і доступністю по відношенню до місць попиту. Особливості культури різних регіонів світу все частіше спонукають людей проводити відпустку в подорожі. Об'єкти, відвідувані туристами, сприяють їх духовному збагаченню, розширенню кругозору. Культура є одним з основних елементів туристського інтересу. Пізнавальний туризм охоплює всі аспекти подорожі, за допомогою якого людина дізнається про життя, культуру, звичаї іншого народу. Туризм, таким чином, є важливим засобом створення культурних зв'язків та міжнародного співробітництва.

Розвиток культурних факторів всередині регіону є засобом розширення ресурсів для залучення туристичних потоків. У багатьох країнах туризм може бути включений в так звану політику культурних відносин. Рівень культурного розвитку може бути використаний також для створення сприятливого іміджу конкретного регіону на туристичному ринку. Елементи і фактори культури можуть бути каналами розподілу інформації про туристських можливостях місцевості. Успіх розвитку туризму залежить не тільки від матеріально-технічно бази, відповідної загальноприйнятим стандартам і вимогам, але й від унікальності національної культурної спадщини.

Об'єкти національної культурної спадщини повинні бути представлені розумно і творчо. Науково-творчий прогрес зробив свою справу: продукція однієї країни практично не відрізняється від аналогічної продукції іншої країни. У культурі однаковість неприпустимо. Регіон, який бажає стати популярним туристським напрямом, повинен володіти унікальними культурними комплексами і пропонувати їх на туристський ринок.

Отже, сьогодні спостерігається значний попит щодо турів культурно-пізнавального туризму за популярними туристичними напрямками, що говорить

про освоєння операторами, в першу чергу таких напрямів призначення, які є сформованими туристичними дестинаціями, привабливими для туриста.

1. Доведено, що вплив культурного туризму проявляється в економічній, культурній, соціальній та інноваційній сферах. Зокрема, розвиток міського туризму позначається на розширенні і зміцненні культурних зв'язків між містами та регіонами. На відміну від офіційної інформації про місто, одержуваної за допомогою засобів масової інформації, Міський туризм надає можливість краще зрозуміти спосіб життя його мешканців, відчувати його духовно-ментальний клімат, усвідомити характер та манеру спілкування, зрозуміти шаблони життєвого досвіду.

2. Формування туристичного продукту та надання широкого асортименту товарів і послуг, необхідних для задоволення потреб туристів, веде до створення нових робочих місць, зростання доходів населення. Розгортання процесів туристичного обслуговування в містах сприяє саморозвитку та самоідентифікації членів суспільства. У цьому полягає соціальне значення культурно-пізаваляного та міського туризму.

3. Визначено, що ринок туризму вимагає набуття високого рівня кваліфікації та знань, що сприяє появі нових освітніх програм та підвищенню інноваційності туристичної діяльності, використанню новітніх розробок науки і техніки. Економічне значення міського туризму полягає в активізації розвитку міського середовища, зростанні його ролі в господарстві окремої країни та світу. Водночас, можна говорити і про освоєння нових дестинацій для зменшення перенавантаження на рекреаційні території та формування нових конкурентних переваг за рахунок мобільності пасажирських паромних суден та формування туроператором тур. продукту.

4. Визначено, що для реалізації конкурентоспроможності туристичного продукту туристичному підприємству за основу потрібно брати розповсюджену в теорії й практиці бізнесу - концепцію визначення іміджу підприємства, яка спрямована на створення системи цінностей для чотирьох суспільних груп: власників підприємства, споживачів продукції, постачальників і персоналу

підприємства. В такому випадку власники підприємства зацікавлені в постійному зростанні доходів та примноженні своєї власності.

Визначаючи конкурентоспроможність туристичного продукту, можна стверджувати, що виробник має обов'язково знати вимоги потенційних покупців та оцінки споживачів.

Отже, туризм у роботі розуміється як сукупність організацій, діяльність яких суттєво впливає на економічні показники регіону за рахунок формування, просування і реалізації якісних, унікальних і конкурентоспроможних туристичних продуктів і послуг. Туризм також розуміється як різновид подорожей з метою отримання задоволення. Культурний туризм, у свою чергу, це туристична діяльність, яка дозволяє людям переживати різні способи життя інших людей, тим самим здобуваючи з перших рук розуміння їхніх звичаїв, традицій, природного середовища, інтелектуальних уявлень та тих місць архітектурного, історичного, археологічного чи іншого культурного значення які залишилися з більш ранніх часів.

Основними характеристиками культурного туризму є: мета – ознайомлення з пам'ятками історії, архітектури, мистецтва, природними та етнічними особливостями, сучасним життям народу тощо; туристи – люди віком від 45 до 60 років, що бажають витратити гроші на культурний відпочинок; та мотивація – пошук новизни, справжність культурної спадщини, міжкультурність. Аналіз теоретичних джерел дозволив виявити, що найчастіше культурний туризм класифікують відповідно до мети подорожі (туризм спадщини, оглядовий, арт-туризм, подієвий, креативний, екокультурний туризм, туризм вражень та тематичний туризм). Важливим аспектом також є ступінь фіксації туриста на культурному аспекті подорожі (культурний туризм як специфічний вид туризму та культурний туризм як складова інших видів туризму), відповідно, виділяються і різні види «культурного туриста» («цілеспрямований», «оглядово-орієнтований», «поєднаний», «випадковий», «квазі-культурний» турист).

1.2. Понятійний апарат дослідження

Туризм є масовим соціально-економічним явищем світового масштабу. У жодній іншій сфері не перетинається стільки різних культур. Тому туризм з кожним роком стає все популярнішим, і, внаслідок цього, взаємодія між носіями різних культур набуває глобального масштабу [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 159]. Туризм в уявленні більшості людей пов'язаний з відпочинком, новими враженнями, задоволенням. Він міцно увійшов у життя людини з її природним прагненням відкрити пізнати незвідані краї, пам'ятники природи, історії та культури, звичаї і традиції різних народів [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 4].

Туризм можна визначити як мистецтво, науку і бізнес діяльність, спрямовані на залучення переміщення мандрівників і туристів. Для багатьох країн, що розвиваються туризм являє собою один з найбільш прибуткових і динамічних секторів світової економіки простий спосіб досягнення стійких торгових відносин з іншими країнами. Туризм сприяє міжнародному взаєморозумінню і поліпшенню економічної ситуації в країні [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 159].

Туризм – це динамічне, орієнтоване на споживача явище, що розвивається та включає наступні види сервісних послуг:

1. подорожі (круїзи, автобуси, літаки, автомобілі, залізниці);
2. проживання (готелі та мотелі, конференції, виставки, зустрічі);
3. харчування (ресторани, кафе, бари);
4. відпочинок і дозвілля (ігри, парки, розваги, атракціони) [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 3].

При розгляді економічного підходу про «туризм» говорять як про особливу економічну галузь, яка увібрала в себе функціонування туристично-рекреаційних комплексів, що надають послуги і товари для задоволення туристичних потреб мандрівників [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 3]. Відповідно до галузевого підходу туризм розглядається як самостійна галузь національної економіки, у межах якої створюється специфічний туристичний

продукт, тобто товар або послугадля задоволення потреб осіб, які подорожують [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 4]. Прихильником даного підходу виступає і Д.І.Соловйов, говорячи, що «туризм – сукупність соціально-економічних відносин, що на платній основі забезпечують потреби людини у відпочинку, лікуванні, забезпеченні професійних та інших цілей шляхом використання рекреаційних та історико-культурних ресурсів» [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 83].

Туризм як діяльність розуміє І.Д.Афанасенко трактуючи поняття туризму як особливий рід міжособистісної діяльності, що в умовах інтернаціоналізації життя перетворилися у форму використання вільного часу, засіб міжособистісних зв'язків у процесі політичних, економічних і культурних контактів, в один із факторів, які визначають якість життя [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 53].

Широке поширення серед вчених і фахівців отримало сутнісне визначення туризму, запропоноване Міжнародною асоціацією наукових експертів у галузі туризму. Згідно з ним, туризм – це «сукупність відносин і явищ, які виникають під час переміщення та перебування людей в місцях, відмінних від їх постійного місця проживання та роботи» [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 9]. Однак, це поняття «туризм» має розпливчастий характер. По-перше, під поняттям «туризм» розуміється тимчасове переміщення людей в іншу країну. Під «тимчасовим переміщенням» розуміється період до одного року. По-друге, згідно з міжнародною статистикою до туристів відносяться особи, які відвідують іншу країну з будь-якою метою, крім оплачуваної роботи, як мінімум на один нічліг [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 9].

Бабкін А.В. розуміє туризм як «тимчасові виїзди громадян осіб без громадянства у вільний час з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійних, спортивних, релігійних, ділових, освітніх та інших цілях на термін не менше 24 годин і не більше 6 місяців і без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування» [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 4].

Дослідник зазначає, що найбільш важливою ознакою, що визначає туристські переміщення, – вільний час людини. Під вільним часом в туризмі слід розуміти час відпустки, канікул, вихідних і святкових днів, час після виходу на пенсію. Друга найважливіша ознака туризму – мета переміщення. У визначенні чітко позначені ці цілі: оздоровчі, пізнавальні, професійні, спортивні, релігійні, ділові, освітні. Третя ознака встановлює часові рамки туристичного переміщення не менше 24 годин і не більше 6 місяців, що надзвичайно важливо для туристської статистики і економіки туристичної індустрії. Четверта ознака, що характеризує туристські переміщення, передбачає неможливість заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування. Це означає, що турист крім вільного часу повинен володіти і вільними коштами, які він готовий витратити на певні цілі, пов'язані з відпочинком і відновленням організму [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 4].

На Уругвайському раунді країн-партнерів Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ) було розроблено визначення туризму, яке включає наступні види діяльності та послуги:

1. діяльність туристських організацій – туроператорів і турагентів;
2. більшість послуг пасажирського транспорту, в тому числі оренду автомобілів і використання транспорту для екскурсій;
3. засоби розміщення і харчування;
4. рекреаційні, культурні, спортивні та інші розважальні послуги;
5. додаткові (допоміжні) послуги, наприклад, гідів, організацію конгресів, страхування, пов'язані з туризмом фінансові послуги – кредитні картки, туристські чеки і допоміжні служби, медичне обслуговування, торгівля товарами туристського призначення для використання туристами (безмитна торгівля, магазини в туристських центрах) [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 4–5].

В основі системи туризму лежать дві системи:

1. суб'єкт туризму, тобто, турист – споживач туристських послуг з усім різноманіттям його потреб і мотивів поведінки;

2. об'єкт туризму, що складається з трьох елементів: туристського регіону, туристських підприємств туристських організацій [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 6].

Одним з головних елементів туристичної системи є туристська дестинація. Зарубіжні автори мають на увазі під цим поняттям певне місце для відпочинку і подорожей [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 19], привабливу для туристів географічну зону, що залишає у мандрівників враження і емоції [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 28]. У пострадянській літературі туристська дестинація описується як певна територія, що надає різні послуги, які відповідають потребам мандрівника і задовольняють його потреби на транспортування, проживання, харчування, розваги, оздоровлення тощо, як місце, що має всі необхідні установи та обране туристським сегментом як ціль поїздки [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 89]. Таким чином, дестинація (місцепризначення) приваблює мандрівників для тимчасового перебування, оскільки вона має такі характерні риси, яких немає в країнах їх проживання [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 89].

Однак не будь-яка територія може бути віднесена до дестинації. Для того щоб місце (територія) могла називатися дестинацією, воно повинно відповідати таким основним вимогам:

- 1) наявність певного набору послуг, необхідних для прийняття туристів. Причому, це повинен бути саме той набір послуг і обов'язково такої якості, яких турист очікує, купуючи пропонований йому туристський продукт. До нього, в першу чергу, відноситься:

доставка (транспорт) до дестинації і назад. Зараз значення цієї вимоги збільшується, і її виконання має бути обов'язковим;

можливість переночувати (наявність готелів, кемпінгів, дачних будиночків тощо) і поїсти (ресторани, кафе, бари тощо) з відповідним рівнем обслуговування;

- 2) наявність певного набору пам'яток, які могли б зацікавити туристів. Саме тут виникає конкуренція між дестинаціями. Тому що чим цікавіше місце з

точки зору можливостей побачити дізнатися більше нового, тим вище його рейтинг серед DESTИНАЦІЙ і, відповідно, тим більше воно відвідується туристами;

3) наявність інформаційних систем, які є необхідним «інструментом» DESTИНАЦІЇ на туристському ринку. Перш за все, це можливість доступу до інформації систем комп'ютерного резервування бронювання [Ошибка! Источник ссылки не найден.].

До основних видів туризму відносяться внутрішній (національний) та зовнішній (міжнародний) туризм.

Внутрішній туризм включає жителів будь-якої країни (регіону), які подорожують по своїй країні (регіоні). Ця форма туризму не приносить країні валюту, хоча і впливає на розвиток економіки, впливаючи на перерозподіл доходів між регіонами країни. Однією з умов для розвитку цього виду туризму є наявність необхідних засобів прийому та обслуговування туристів. іншою умовою є відповідний рівень розвитку внутрішньої інфраструктури (транспорт, дороги тощо) країни.

Міжнародний туризм охоплює поїздки за межі країни, що пов'язано з дотриманням певних формальностей (митний, валютний, медичний контроль). Міжнародний туризм, у свою чергу, поділяється на активний (в'їзний) і пасивний (виїзний) туризм. Для більш повного визначення туризму Всесвітня туристська організація запропонувала ввести таку класифікацію за типами туризму: внутрішній, в'їзний і виїзний туризм. Основним критерієм даних визначень є перетин державних кордонів. Причому цю класифікацію можна застосовувати як для країни, так і для кожного конкретного регіону (DESTИНАЦІЇ) [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 10].

Таким чином, поняттями, ключовими для дослідження туристичної індустрії, є поняття «туризм», «турист» та «DESTИНАЦІЯ». Туризм розуміємо як тимчасові виїзди громадян осіб без громадянства у вільний час з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійних, спортивних, релігійних, ділових, освітніх та інших цілях на термін не менше 24 годин і не

більше 6 місяців і без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування. Турист, у свою чергу, це – споживач туристських послуг з усім різноманіттям його потреб і мотивів поведінки. Туристична destinazione розуміється як певна територія, що надає різні послуги, які відповідають потребам мандрівника і задовольняють його потреби на транспортування, проживання, харчування, розваги, оздоровлення тощо. Основними видами туризму є внутрішній та міжнародний, останній поділяється на в'їзний та виїзний за напрямом подорожі.

1.3. Методологія та методи дослідження

Формування науки про туризм відбувається на двох основних рівнях, як «зверху» – постановка проблем, формулювання ідей та гіпотез, визначення концептів туризму, розробка теоретичних моделей, так і «знизу» – теоретичне осмислення практики туризму, узагальнений аналіз її складових, економіки, маркетингу, логістики, рекреалогії тощо. Отже, сьогодні є всі підстави стверджувати, що туризм – це і вид господарської діяльності, і одночасно сфера теоретичної праці [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 173].

На разі туризм може вивчатись і управлятись тільки загальними зусиллями спеціалістів різних наукових галузей. Виходячи з такої позиції, окремі автори розглядають знання про туризм як універсальну науку, яка «обслуговується» низкою суміжних наук і сама перетворюється у складову цих наук [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 176].

Наочно цю тезу продемонстровано на рис. 1.1.

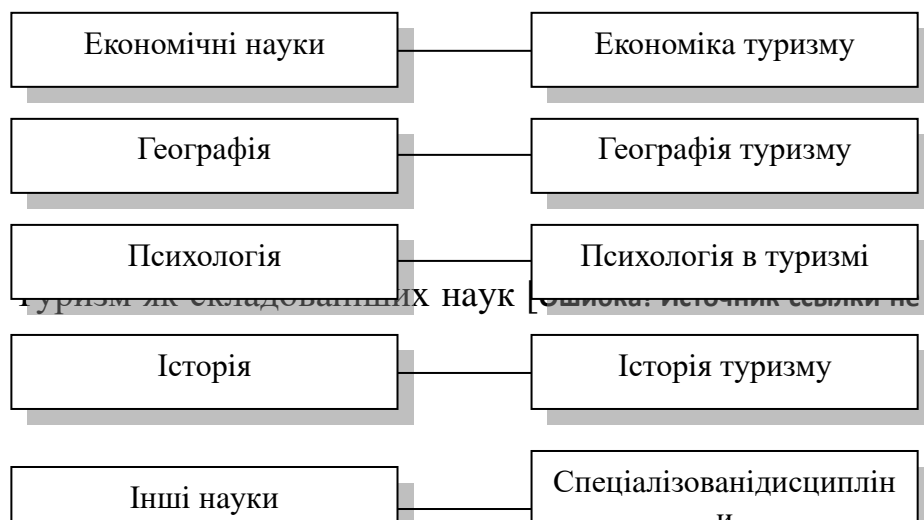


Рис. 1.1. Туризм як складована наука [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 176]

Для проведення наукового дослідження дуже важливо мати уявлення про процес наукового дослідження взагалі, методологію та методи наукової роботи зокрема. Передусім це стосується використання методів наукового пізнання, застосування логічних законів і правил, нових засобів і технологій [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 63].

Кожна наука володіє власними методами дослідження. Метод наукового дослідження – це система інтелектуальних (або) практичних операцій (процедур), які спрямовані на розв'язок певних пізнавальних задач з урахуванням певної пізнавальної мети [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 63].

Основними підходами, або методами, у дослідженні туризму є наступні: аналітичний, просторовий, хронологічний (часовий), формально-логічний, географічний і культурний. При цьому використовуються матеріали, підходи та методичні прийоми й інших дисциплін: історичний, географічний (комплексний і проблемний), політологічний, культурний тощо. Так, наприклад, багато рис сучасного вигляду тієї чи іншої країни, своєрідність її традицій, мистецтва, мови, народної творчості визначаються особливостями її історичного розвитку, саме тому історичний розділ став обов'язковою складовою туристичної характеристики [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 28].

Професор О. Шаблій висуває такі вимоги до методів дослідження:

1. якість (загальна розумілість методу);
2. націленість (спрямованість методу на досягнення певної мети);
3. детермінованість (чітка послідовність застосування методу);
4. результативність (здатність забезпечувати досягнення мети);
5. надійність (здатність забезпечувати бажаний результат);

б. економність (здатність методу досягати результату при найменших витратах коштів і часу) [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 60-61].

З поняттям методу тісно пов'язане поняття методології, методики. Методологію розглядають як вчення про структуру, логічність організації, методи та засоби діяльності.

У науці – це вчення про принципи побудови, форми і способи наукового пізнання. За визначенням Е. Алаєва, методологія – «сукупність суттєвих елементів теорії, конструктивних для самої науки; методологія, на відміну від теорії, не приносить нового знання; на відміну від концепції не служить основою для практики, але вона розвиває в науці елементи, без яких неможливий розвиток самої науки. Образно кажучи, методологія – це концепція розвитку теорії, а концепція – методологія переходу від теорії до практики» [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 65]. За О. Шаблієм, важливим положенням в методології є насамперед те, що «кожен метод дослідження сам повинен бути теоретично обґрунтованим» [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 93]. Методику, в свою чергу, розглядають як вчення про особливості застосування окремого методу або системи методів або сукупність прийомів дослідження [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 28].

При вивченні туристичного потенціалу італії доцільно застосовувати такі методи. Загальнологічними методами є аналіз, синтез, індукція, дедукція, аналогія.

Аналіз – це розчленування, розкладання об'єкту дослідження на частини з метою їх самостійного вивчення. Даний метод дозволяє досліджувати явище шляхом розгляду його окремих сторін, властивостей, складових частин. Завдання аналізу – з різного роду даних, що відображають окремі явища і факти, скласти загальну цілісну картину процесу, виявити притаманні йому закономірності [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 23].

Синтез – це поєднання окремих сторін, частин об'єкту дослідження в єдине ціле. Явище вивчається в його єдності і взаємному зв'язку частин. Синтез – це не довільне з'єднання частин цілого, а обґрунтоване об'єднання з

виділенням сутнісних якостей. аналізі синтез взаємопов'язані. Вони грають важливу роль в пізнавальному процесі [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 24].

Індукція – це рух думки (пізнання) від фактів, окремих випадків до загального положення. індуктивні умовиводи «наводять» на думку, на загальне.

Наприклад, в туризмі метод індукції використовується для встановлення причинних зв'язків між наявністю туристських ресурсів, розвитком туристських маршрутів і програм і кількістю туристів, які відвідують даний регіон [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 25].

Дедукція – це виведення одиничного, приватного з якого-небудь загального положення; рух думки (пізнання) від загальних тверджень до тверджень про окремі предмети або явища. За допомогою дедуктивних умовиводів «виводять» певну думку з інших думок.

Так, вивчаючи розвиток туризму в окремому регіоні, необхідно виявити фактори, що обмежують розвиток туризму:

1. кадровий дефіцит;
2. яскраво виражена сезонність туристичного потоку;
3. недостатньо розвинена туристична інфраструктура (відсутність готелів з достатньою кількістю місць для розміщення туристів, високі ціни на послуги в готельному бізнесі, недостатня кількість організованих туристичних стоянок, невідповідність показників «ціна – якість» надаваних послуг в галузі туризму та готельного обслуговування населення);
4. незадовільний стан туристичних об'єктів і доріг;
5. відсутність єдиної інвестиційної бази для розвитку об'єктів туризму;
6. переважання частки неорганізованих туристів над організованими [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 25].

Статистичне дослідження в туризмі є науково організованим процесом отримання первинної статистичної інформації або планомірного збору даних про досліджувані явища суспільного життя.

Статистика в туризмі використовується, наприклад, в тих випадках, коли треба визначити такий параметр, як в'їзне споживання туристами (послуги з

розміщення, харчування та напоїв, послуги турагентствітуроператорів, послуги туристичних гідів, послуги підприємств культури, організація відпочинку тарозваг). Досліджуються такожііншіспецифічні напрямки, характерні для конкретного регіону, туристської компанії, готельного комплексу, туроператора [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 13]. При виконанні дипломної роботи використаннястатистичної звітності дозволило оцінити показники розвитку туризму у Італії.

SWOT-аналіз – це аналіз сильних іслабкихсторін організації, явища чи процесу, виявлення можливостей і загроз розвитку. Результати дослідженняможуть бути використані при оцінціконкурентоспроможності, потенціалуівизначенністратегії [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 41].

SWOT – початкові літерислів Strengths (Сильні сторони), Weaknesses (Слабкі сторони), Opportunities (Можливості), Threats (Загрози). В 1963 році в Гарварді на конференції з проблем бізнес-політики професор К. Ендрюс вперше публічно озвучив акронім SWOT. Цей акронім був представлений візуально у вигляді матриці SWOT. Спочатку SWOT-аналіз був заснований наозвучуваннііструктуризації знань про поточну ситуацію ітенденції, пізніше – став використовуватися в ширшому значенні – для конструюваннястратегій. Тобто, з появою SWOT-моделіаналітики отрималиінструмент для своєї інтелектуальноїпраці. SWOT-аналіз – це процес встановленнязв'язків між найхарактернішими для об'єкту можливостями, загрозами, сильними сторонами (перевагами), слабкостями, результати якого в подальшому можуть бути використані для формулюванняі вибору стратегій розвитку.

SWOT-аналіз дає змогу формувати загальнийперелік стратегій з урахуванняїхніх особливостей – адаптації до середовищаабо формування впливу на нього [24].

В цілому, проведення SWOT-аналізу зводиться до заповнення матриці, що містить чотири сектори, так званої «матриці SWOT-аналізу». У відповідніклітинки матрицінеобхідно занести сильнііслабкі сторони явища, а такожможливості його розвитку і загрози: 1) сильні сторони розвитку туризму в

країні – те, у чому на теперішній час вбачаються його переваги або якась особливість, котра дасть додаткові можливості.

Сильні сторони розвитку туризму полягають в наявному досвіді, наявності інформаційних ресурсів, наявності технологічного забезпечення тощо;

2) слабкі сторони туризму – це відсутність чогось важливого для його розвитку або проблеми, які на сучасному етапі не вдаються вирішити;

3) можливості – це сприятливі обставини, які можна використати для подальшого розвитку туризму в країнах. Як приклад можливостей можна розглядати появу нових технологій, розвиток нових видів туризму;

4) загрози – події, настання яких може несприятливо вплинути на розвиток туризму у країні [24].

Таким чином, виявлено, що у ході дослідження туристичного потенціалу Італії доцільно застосовувати наступну систему методів: аналітичні і синтетичні методи, індуктивні методи, дедуктивні методи, опосередкований опис, аналіз даних статистичних досліджень та SWOT-аналіз.

РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

2.1. Центри культурно-пізнавального туризму в Італії

Культурно-пізнавальний туризм є одним із видів туризму, головною метою якого є огляд пам'яток, а головною особливістю - насиченість поїздки екскурсійною програмою.

Італія славиться найбагатшими у світі культурними традиціями. Досягнення італійців у мистецтві, архітектурі, літературі, музиці й науці дуже вплинули на розвиток культури в багатьох інших країнах.

Важлива умова для розвитку культурно-пізнавального туризму - це поява публіки. Вся історія виникнення й розвитку Італії є свідченням цього. Ідеологічні пасажі про те, що існували часи, коли теперішні музеї й об'єкти культурного туризму були фортецями, недоступними для широких мас, що прагнули лишень проникнути в ці храми муз, спростовуються історичним

матеріалом, що вказує, здебільшого на те, що процес відкриття культури й історії Італії широкому загалу відбувався паралельно з процесом виникнення такої публіки. Приклади можна брати не лише з героїчних часів Французької революції, а й з легендарної епохи Давнього Риму.

Зростання ролі культурно-пізнавального туризму у соціокультурних процесах призвело до переосмислення концепції культури, удосконалення національних музейних мереж з метою активізації їх соціального впливу, розширення міжнародної співпраці в культурній сфері.

Цими обставинами зумовлено важливість вивчення і узагальнення історичного досвіду культури й історії, накопиченою як світовою спільнотою, так і окремими країнами, необхідність перегляду і подальшого розвитку теоретичних положень з огляду на нову культурно-історичну ситуацію.

Італія вже кілька десятиліть поспіль є популярним центром туризму, зокрема культурно-пізнавального. У 2019 р. її відвідали понад 43,6 млн іноземних туристів (п'яте місце в світі). Цьому сприяють її унікальні культурні комплекси, багата історична спадщина, архітектурні пам'ятки різних епох тощо.

Мінімальний набір історико-архітектурних пам'яток може надати будь-яка територія Італії, втім для перетворення її на туристичний регіон необхідна значна концентрація останніх. Велику роль у цьому відіграє і наявність своєрідних особливостей історико-архітектурних об'єктів, що надають їм певної унікальності: їх призначення, сучасні технічні можливості, естетичний вигляд, вік, особливості художнього устрою тощо.

Серед найвідоміших сучасних культурних центрів Італії, славнозвісних своїми архітектурними "творіннями", особливо відзначаються Рим, Мілан, Флоренція, Неаполь, Венеція, Генуя тощо. Їх розквіт припав на період Середньовіччя. Флоренція та Венеція зберегли до наших днів найбільшу кількість пам'яток Середньовіччя. Значний розвиток держав, що існували на території Італії у ранньому Середньовіччі сприяв утворенню тут таких нових міст, як Неаполь, Генуя, Піза тощо. З часом ці міста набули статусу торговельних центрів, в яких не менше уваги приділялося розвитку культури. Сьогодні вони

виступають “живими” пам’ятками минулих часів і складають національно-культурну спадщину країни.

На території практично кожного із сучасних міст Італії, завдяки їх давньої та бурхливої історії, збереглися та існують визначні архітектурні пам’ятки, що мають духовну та історичну цінність як для італійців, так і для всього людства (табл. 1).

Майже 1/3 від усіх архітектурно-історичних пам’яток припадає на споруди готичного стилю, для якого були характерні загострені форми арок, вікон та дахів. До найкращих архітектурних зразків цього стилю відносяться, наприклад, давня бібліотека Сан-Марко, церква Святого Міхаїла, Венеціанський замок у Фпіулі-Венеції, Палаці Ка д’Оро і Вендрамін-Калерджи – у Венеції.

Найдавнішими архітектурними історико-культурними пам’ятками Італії вважаються Тріумфальна арка Тіта (81 р. н.е.), Колона Трояна (111- 114 рр.), Колізей (75-80 рр.), Пантеон (125 р. н.е.), Терми Каракали у Римі (125 р. н.е.) та ін. Ці будівлі датуються періодом I-VI ст. н.е. і відносяться до епохи античних часів. Вони ж виступають одними із найцінніших пам’яток давнини і світової культури в цілому. Нині більшість з цих споруд є частково зруйнованими і потребують періодичної реставрації. До пам’яток світового значення країни відносять також давні церкви Кальярі та пам’ятки Сіракуз. Сьогодні ці будівлі майже зруйновані і тому перебувають під особливою охороною італійського уряду [3].

Табл. 1 Найбільші та найвідоміші культурно-історичні пам’ятки найбільших міст

Назва міста	Історичний об’єкт чи пам’ятка	Вид архітектурного стилю	Століття, рік створення
Рим	1.Тріумфальна арка Тіта	Д	81 р. н.е.
	2.Колона Трояна	Д	111–114 рр.

	3.Колізей.	Д	75–80 рр. н.е
	4.Пантеон “Храм Богів”, Терми Каракали	Д	125 р. н.е
	5.Ренесанські палаци (Канчелерія, Парнезе), віли (Фарнезіна, Мадама), церкви (Сан-Карло, СантАндреа)	ГТ	XV–XVI ст.
	6.Собор Святого Петра	ГТ	1506–1614 рр.
Мілан	1.Театр“ЛаСкала”	ГТ	XVI ст
	2.Церква Сант-Амброджо	ГТ	IX–XV ст
	3.Готичний собор	ГТ	XIV–XIX ст
	4.Замок КастеллоСфорцеско	ГТ	1450 р.
	5.Монастир Санта–Марія деле Грація з “Тайною вечерею” Леонардо да Вінчі	ГТ	XV ст.
Неаполь	1.Бабтістерій Сан-Джовані	Д	V ст.
	2.Замок КастельдельОво	Р	XII ст.
	3.Монастир Чиртоза ді	ГТ+БР	XIV–XVII ст.

	СанМартіно		
	4.Руїни давнього міста Помпеї на південному сході від Неаполя	ЗД	зруйноване у 79 р. н.е.
Турін	1.Церква Сан-Лоренцо	БР	XVII ст.
	2.Палаці Коріньяно	БР	XV–XVII ст.

ЗД – давньоримська антична архітектура, ГТ – готичний стиль, БР – стиль бароко, Р – романський стиль

Серед історичних культурних закладів сучасності особливе значення в Італії мають: найстаріший в Європі Болонський університет (XII ст.), картинні галереї Пітті (XVI ст.) та Уффіці (XVI ст.) у Флоренції та ін.

У цілому, найбільшим різноманіттям історико-культурних пам'яток, відносно історичних епох їх виникнення, відзначаються Мілан, Савона, Неаполь і Перуджа. Саме тут утворилися “вікові ансамблі” архітектурних пам'яток, що розповідають про історію та культуру народу країни. У більшості великих міст Італії спостерігається органічне поєднання пам'яток кінця епохи Середньовіччя – початку Нового часу. У цілому великомасштабне будівництво споруд по території Італії прийшлося на епоху Відродження (XII–XV ст.).

Загальна кількість найвизначніших пам'яток історії та архітектури по двадцяти чотирьом містам Італії, обраним експертним шляхом, дорівнює 70. До них належать шість груп споруд – пам'ятки громадської, оборонної та сакральної архітектури, садово-паркового мистецтва, архітектурні монументи та комплекси. Всі шість груп визначених споруд одночасно не представлені у жодному з міст Італії. Втім, три групи пам'яток архітектури з шести виявлені в Римі, Мілані, Неаполі, Болоньї та Трієсті, дві – в десяти містах (Венеція, Флоренція, Сіракузи, Перуджа, Новара, Ходжа, Козенца, Терни, Монца, Турін).

Одна група архітектурноісторичних пам'яток відмічена в містах – Савона, Кальрні, Тренто, Аоста, Анкона, Пескара, Кампобассо, Потенца, Салерно.

За чисельністю пам'яток архітектури, їх насиченістю та призначенням серед шести виділених груп архітектурних споруд виділяються дві – пам'ятки культової архітектури (сакральні) – 45% (31 об'єкт, представництво у 18-ти проаналізованих містах Італії) та громадські пам'ятки (22 об'єкти, представлені у 13-ти містах країни). Сакральне поле Італії представлене церквами, монастирями, соборами, каплицями, баптистеріями тощо. Серед них найпоширенішими є церкви та собори, які історично відігравали важливу роль у формуванні суспільнополітичної думки, наукового і культурного життя італійського народу, а отже, й розвитку суспільного розуму та інтелекту. Саме за монастирськими стінами виникли перші друкарні, лікарні, бібліотеки тощо.

Серед оборонних споруд особливо виділяються залишки міських стін давньоримських споруд та поодинокі замки. Віднесення середньовічних замків до категорії оборонних споруд пояснюється тим, що саме замки першочергово будувалися як захисні феодалські маєтки, а лише потім, як житло. Серед останніх широко відомі Венеціанський замок у Трієсті, замок Романьільо у Тренто, замок норманів у Козенці тощо.

р.). Унікальними у своєму роді можна вважати пам'ятки садово-паркового мистецтва, які серед двадцяти чотирьох міст Італії розташовані лише у Римі і представлені Вілою Фарнезіна (1506-10 рр.) та Вілою Мадама (XV ст.).

Архітектурно-історичний потенціал Італії охоплює різні за цінністю пам'ятки – місцеві, регіональні, загальнодержавні, світові. Серед останніх провідне місце займають пам'ятки всесвітнього значення, які внесені до списку спадщини ЮНЕСКО. Більшість туристів, що відвідують Італію, перш за все, прагнуть ознайомитися із такими всесвітньо визнаними об'єктами.

До списку культурної спадщини ЮНЕСКО входять 58 об'єктів на території Італії [6]. Представники ЮНЕСКО під час проведених досліджень встановили, що 5,3% всіх історичних пам'яток світового значення зосереджені саме тут. На території Італії знаходиться більше об'єктів Всесвітньої спадщини

ЮНЕСКО, ніж у жодній країні світу, і крім цього ще 39 об'єктів перебувають у числі кандидатів на включення до списку Всесвітньої спадщини.

Найвизначні пам'ятники історії та архітектури розташовані на територіях десяти з двадцяти адміністративних одиниць Італії. Максимальна концентрація найбільш цінних для людства пам'яток виявлена на території таких областей Італії як Тоскана, Лаціо, ЕміліяРоманья. Разом на ці три адміністративні одиниці припадає 55% від усіх пам'яток ЮНЕСКО в країні [4].

Отже, архітектурна спадщина Італії різноманітна й багата. Унікальні споруди різних часових епох викликають постійний інтерес у відвідувачів країни, зокрема туристів, що перебувають у пізнавальних місцевих турах.

Також привабливими елементами пізнавального туризму в Італії є літературні пам'ятки, музичні фестивалі, образотворче мистецтво, художня література тощо [2]. Італійське мистецтво, базуючись на надбаннях грецького та римського мистецтва, найбільшого розквіту набуло в XIV ст. Шедеври художників того часу отримали назву работ епохи "Відродження". Відображаючи людину у взаємодії з природою, заставляючи звертати увагу на фізичні закони, картини того часу і сьогодні викликають не абиякий інтерес у туристів.

Для справжніх цінувальників мистецтва, в Італії проводять екскурсійно-туристичні тури по галереях і місцевих музеях Риму, Туріну, Неаполю, Венеції тощо. Під час екскурсій туристи дізнаються, що XVI ст. вважається для Італії століттям повного розквіту культури і мистецтва епохи Відродження. У живопису цього часу найбільше яскравіше виразилися естетичні ідеали італійського народу, ідеї гуманізму і віра у творчу і духовну могутність людини.

Історико-культурна спадщина італійців складається не тільки із творів художників, архітекторів, музикантів, письменників, праць вчених тощо, сюди належать також й матеріальне надбання, що об'єднує фольклор, танці, фестивалі, релігійні ритуали та ін. [5].

Італія, виступаючи великим туристичним осередком Європи, характеризується потужним розвитком народних промислів і пропонує туристам сувеніри, що виконані місцевими майстрами і ремісниками .

Італія вважається батьківщиною західної цивілізації та культурною наддержавою.

Найпопулярніші туристичні центри в Італії для культурно-пізнавального туризму:

1..Венеція



Венеція є важливим напрямком для туристів, які хочуть побачити її знамените мистецтво та архітектуру. Місто приймає до 60 000 туристів на день (оцінка 2017 року). За оцінками, щорічна кількість туристів коливається від 22 мільйонів до 30 мільйонів. Цей «надмірний туризм» створює переповненість та екологічні проблеми для екосистеми Венеції. До 2017 року ЮНЕСКО розглядала можливість додати Венецію до свого списку «У небезпеці», який включає історичні руїни в країнах, що постраждали від війни. Щоб зменшити кількість відвідувачів, які спричиняють незворотні зміни у Венеції, агентство підтримує обмеження кількості круїзних суден, а також реалізує стратегію для більш стійкого туризму.

Туризм був важливою частиною венеціанської економіки з 18 століття, коли Венеція — з її прекрасним міським пейзажем, унікальністю та багатою музичною та мистецькою культурною спадщиною — була зупинкою на Гранд-турі. У 19 столітті Венеція стала модним центром для «багатих і знаменитих», які часто зупинялися та обідали в таких розкішних закладах, як DanieliHotel і CaffèFlorian, і продовжувала залишатися модним містом на початку 20 століття. У 1980-х роках відродився Венеціанський карнавал; і місто стало великим центром міжнародних конференцій і фестивалів, таких як престижна Венеціанська бієнале та Венеціанський кінофестиваль, які приваблюють відвідувачів з усього світу своїми театральними, культурними, кінематографічними, художніми та музичними постановками.

Сьогодні у Венеції є безліч визначних пам'яток, таких як базиліка Святого Марка, Палац дожів, Гранд-канал і площа Сан-Марко. Лідо ді Венеція також є популярним міжнародним місцем розкоші, яке приваблює тисячі акторів, критиків, знаменитостей та інших представників кінематографічної індустрії. Місто також сильно покладається на круїзний бізнес. Згідно зі звітом за 2015 рік, круїзний Венеціанський комітет підрахував, що пасажери круїзних лайнерів щорічно витрачають у місті понад 150 мільйонів євро (193 мільйони

доларів США). Інші звіти, однак, вказують на те, що такі одноденні мандрівники витрачають відносно мало за кілька годин свого відвідин міста.

Одні розглядають Венецію як пастку для туристів, а інші як «живий музей».

2. Рим



Сьогодні Рим є одним з найважливіших туристичних напрямків світу, завдяки незліченній величезності його археологічних і мистецьких скарбів, а також через чарівність його унікальних традицій, красу його панорамних краєвидів і величчю чудового «вілли» (парки). Серед найбільш значущих ресурсів – багатомuzeїв – Musei Capitolini, Музеї Ватикану та Galleria Borghese та інші, присвячені сучасному мистецтву – акведуки, фонтани, церкви, палаци, історичні будівлі, пам'ятники та руїни Римського форуму та інші. Рим є третім за відвідуваністю містом в ЄС після Лондона та Парижа, і приймає в середньому 7–10 мільйонів туристів на рік, що іноді подвоюється у святкові роки. Згідно з недавнім дослідженням, Колізей (4 мільйонів туристів) і музеї Ватикану (4,2 мільйонів туристів) є 39-м і 37-м (відповідно) найбільш відвідуваними місцями у світі.

Рим є великим археологічним центром і одним з головних світових центрів археологічних досліджень. Є численні культурні та

науково - дослідних інститутів , розташованих в місті, наприклад, Американської академії в Римі , і Шведський інститут в Римі. Рим містить безліч стародавніх пам'яток , в тому числі Forum Romanum , ринок Траяна , Форум Траяна , Колізей , і Пантеон.

3. Генуя



Генуя історично була одним із найважливіших портів на Середземному морі: на даний момент він є найбільш завантаженим в Італії та Середземному морі та дванадцятим за завантаженістю в Європейському Союзі.

Генуя була столицею однієї з наймогутніших морських республік протягом понад семи століть, з 11 століття по 1797 рік. Зокрема, з 12 по 15 століття місто відіграло провідну роль у комерційній торгівлі в Європі, ставши однією з найбільших морських держав континенту і вважалось одним з найбагатших міст світу. Франческо Петрарка також назвав його *la Superba* («гордий») через його славу на морях та вражаючі пам'ятки.

У місті з 19 століття розташовуються величезні верфі та металургійні заводи, а його солідний фінансовий сектор сходить до середньовіччя. Bank of Saint George, заснований у 1407 році, є найстарішим відомим державним депозитним банком у світі і відіграв важливу роль у процвітанні міста з середини 15 століття.

Історичний центр Генуї, також відомий як старе місто, є одним з найбільших і густонаселених у Європі. Частина його також була внесена до Списку всесвітньої спадщини (ЮНЕСКО) у 2006 році як Генуя: Le Strade Nuove та система Palazzidei Rolli. Історичний центр Генуї також відомий своїми вузькими провулками та вуличками, які місцеві жителі називають «каруггі».

Генуя також є домом для Університету Генуї, історія якого сягає 15 століття, коли він був відомий як Genuense Athenaeum. Багата культурна історія міста в мистецтві, музиці та кухні дозволила йому стати культурною столицею Європи 2004 року. Це місце народження Гульєльмо Ембріако, Христофора Колумба, Андреа Доріа, Нікколо Паганіні, Джузеппе Мадзіні, Ренцо Піано та Грімальдо Канелла, засновника дому Грімальді та інших.

Генуя, яка утворює південний кут промислового трикутника Мілан-Турин-Генуя Північно-Західної Італії, є одним з головних економічних центрів країни. У ній базується ряд провідних італійських компаній, зокрема Fincantieri, Selex ES, Ansaldo Energia, Ansaldo STS, Edoardo Raffinerie Garrone, Piaggio Aerospace, Mediterranean Shipping Company та Costa Cruises.

4. Флоренція



Туризм є найважливішою галуззю в центральній Флоренції. З квітня по жовтень кількість туристів перевищує кількість місцевого населення. Квитки в музеї Уффіці та Академії регулярно розпродані, і великі групи регулярно заповнюють базиліки Санта-Кроче та Санта-Марія-Новелла, обидві з яких платні за вхід. Квитки на Уффіці та Академію можна придбати онлайн перед відвідуванням. У 2010 році читачі журналу Travel + Leisure назвали місто своїм третім улюбленим туристичним місцем. У 2015 році читачі Condé Nast Travel визнали Флоренцію найкращим містом Європи.

Дослідження Euromonitor International дійшли висновку, що культурно-історичний туризм призводить до значного збільшення витрат у всій Європі.

Вважається, що Флоренція має найбільшу концентрацію мистецтва (пропорційно його розміру) у світі. Таким чином, культурний туризм є особливо сильним: у 2014 році в світньому відомі музеї, такі як Уффіці, продали понад 1,93 мільйона квитків. Протягом 1990-х років приміщення міського конференц-центру було реконструйовано, і цілий рік тут проводяться виставки, конференції, зустрічі, соціальні форуми, концерти та інші заходи.

У 2016 році у Флоренції було 20 588 готельних номерів у 570 закладах. Іноземні відвідувачі використовують 75% номерів; близько 18% з них були зі США. У 2014 році в місті було 8,5 мільйонів ночівель. У звіті Euromonitor вказується, що у 2015 році місто посіло 36-е місце у світі з найбільш відвідуваних місць у світі з понад 4,95 мільйона приїздів за рік.

Туризм приносить Флоренції дохід, але також створює певні проблеми. Понте Веккіо, ринок Сан-Лоренцо і Санта-Марія-Новелла страждають від кишенькових злодіїв. Провінція Флоренція приймає приблизно 13 мільйонів відвідувачів на рік, і в пік сезону популярні місця можуть стати переповненими в результаті. У 2015 році мер Даріо Нарделла висловив стурбованість відвідувачами, які приїжджають на автобусах, залишаються лише на кілька годин, витрачають мало грошей, але значною мірою осприяють переповненню.

У жовтні 2021 року Флоренція увійшла в шорт-лист Європейської Комісії 2022 року як «Столиця розумного туризму» разом із Бордо, Копенгагеном, Дубліном, Люблянкою, Пальма-де-Майоркою та Валенсією.

5. Помпеї



Помпеї були популярним туристичним місцем понад 250 років; це було в Гранд-турі. До 2008 року він приваблював майже 2,6 мільйона відвідувачів на рік, що робило його одним з найпопулярніших туристичних місць в Італії. Він є частиною більшого національного парку Везувій і був оголошений ЮНЕСКО об'єктом Всесвітньої спадщини в 1997 році. Для боротьби з проблемами, пов'язаними з туризмом, керівний орган Помпеї, «Soprintendenza Archeologica di Pompei», почав видавати нові квитки, які дозволяють туристам відвідати такі міста, як Геркуланум і Стабії, а також Віллу Поппея, щоб заохотити відвідувачів побачити ці місця та зменшити тиск на Помпеї.

Помпеї є рушійною силою економіки сусіднього міста Помпеї. Багато жителів зайняті в індустрії туризму та гостинності, служачи водіями таксі або автобусів, офіціантами або персоналом готелів.

Розкопки на цьому місці загалом припинилися через мораторій, введений керівником об'єкта професором П'єтро Джованні Гуццо.

6. Узбережжя Амальфі



Амальфітанське узбережжя — це ділянка узбережжя на півдні Італії з видом на Тирренське море та затоку Салерно. Він розташований на південь від Соррентійського півострова і на північ від узбережжя Сілентан.

Відзначається у всьому світі своїм середземноморським ландшафтом і природним різноманіттям, узбережжя названо на честь міста Амальфі, яке є його головним історичним і політичним центром. Він був дуже популярним місцем для джет-сетів з 18 століття, коли він був частою зупинкою під час Гранд-туру європейців вищого класу. Сьогодні він приваблює тисячі міжнародних відвідувачів щорічно. У 1997 році узбережжя Амальфі було внесено до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Його природна краса та мальовничі ландшафти зробили його одним із найпопулярніших напрямків у світі, завдяки чому він отримав прізвисько «Божественний берег» (Divinacostiera).

7.Мілан



Мілан вважається провідним альфа-глобальним містом з сильними перевагами в галузі мистецтва, торгівлі, дизайну, освіти, розваг, моди, фінансів, охорони здоров'я, засобів масової інформації, послуг, досліджень і туризму. У його діловому районі знаходиться італійська фондова біржа (італ. Borsa Italiana), а також штаб-квартири національних та міжнародних банків і компаній. З точки зору ВВП, Мілан є найбагатшим містом в Італії, він має третє за величиною економіку серед міст ЄС після Парижа та Мадрида, а також є найбагатшим серед столиць ЄС. Мілан розглядається разом з Турином як найпівденніша частина коридору міського розвитку «Блакитний банан» (також відомий як «європейський мегаполіс») і один з чотирьох моторів для Європи.

Мілан є домом для багатьох культурних закладів, музеїв та художніх галерей, на які припадає приблизно десята частина загальної кількості відвідувачів та надходжень у країні. Пінакотека Брера є однією з найважливіших художніх галерей Мілана.

Він містить одну з провідних колекцій італійського живопису, включаючи такі шедеври, як Мадонна Брера П'єро делла Франческа. У Кастелло Сфорцеско проводяться численні художні колекції та виставки, зокрема статуї, старовинна зброя та меблі,

атакожПінакотекадельКастеллоСфорцескозколекцієюмистецтва,
включаючиостаннюскульптуруМікеланджело, РонданініП'єта,
АндреаМантеньяТривульціоМадоннутаЛеонардоТривулудаВінчі. рукопис.
КомплексКастеллотакожвключаєМузейантичногомистецтва, Музеймеблів,
Музеймузичнихінструментівіколекціїприкладногомистецтва,
єгипетськийтадоісторичнийвідділиАрхеологічногомузеютаколекціюдрукованих
матеріалівАхіллеБертареллі.

8. Неаполь



Історичний центр Неаполя є найбільшим у своєму роді в Європі і внесений до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Неподалік є широкий спектр культурно та історично значущих пам'яток, зокрема палац Казерти та римські руїни Помпеї та Геркуланума. Неаполь також відомий своїми природними красами, такими як Позіліппо, Флегрейські поля, Нісіда та Везувій.

Неаполь, разом з Флоренцією, Римом, Венецією та Міланом, є одним з головних італійських туристичних міст. З 3 700 000 відвідувачів у 2018 році місто повністю вийшло з сильної туристичної депресії останніх десятиліть (в першу чергу через одностороннє призначення промислового міста, а також через пошкодження міджу, завданого італійськими ЗМІ, від землетрусу в Ірпінії 1980

року та кризивідходів на користьприбережнихцентрівїї столичного району). Для адекватноїоцінкицьогоявища, однак, слідвраховувати, що велика частинатуристіввідвідує Неаполь на рік, зупиняючись у численнихнаселених пунктах в йогооколицях, пов'язаних з містом як приватними, так ідержавнимипрянимилініями. Щоденнівідвідування Неаполя здійснюютьрізніримськітуроператори та всіосновнітуристичнікурортиКампанії: Неаполь є одинадцятим за відвідуваністюмуніципалітетом в Італії та першим на півдні.

Сектор постійнорозвивається ізновуочікується перспектива досягнення арт-міст такого рівня за відносно короткий час; туризм все більшенабуваєвирішальної ваги в економіціміста, саме тому туризм все більшенабуваєвирішальної ваги в економіціміста. , як, наприклад, у ВенеціїчиФлоренції, зараз високийризикджентрифікаціїісторичного центру.

9.Верона

Верона — місто на річці Адідже у Венето, Італія, з населенням 259 610 осіб. Це одна з семи провінційних столиць регіону. Це найбільший міський муніципалітет в регіоні і другий за величиною на північному сході Італії. Мегаліс Верони займає площу 1426 км² (550,58 квадратних миль) і має населення 714 310 жителів. Це одне з головних туристичних місць у Північній Італії через свою мистецьку спадщину та кілька щорічних ярмарків і шоу, а також оперний сезон в Арені, давньоримському амфітеатрі.

У період з 13 по 14 століття містом управляла родина Делла Скала. Під правлінням родини, зокрема Кангранде I делла Скала, місто зазнало великого процвітання, стало багатим і могутнім і оточене новими стінами. Епоха Делла Скала збереглася в численних пам'ятниках навколо Верони.

Через цінність і важливість її численних історичних будівель Верона була названа об'єктом Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Верона зберегла багато стародавніх римських пам'яток (включаючи чудову Арену) у ранньому середньовіччі, але багато з її ранньосередньовічних будівель були зруйновані або сильно пошкоджені землетрусом 3 січня 1117 року, що призвело до

масштабної романської перебудови. Каролінгський період *VersusdeVerona* містить важливий опис Верони раннього середньовіччя.



10. Лечче



Лечче — історичне місто з населенням 95 766 жителів (2019) на півдні Італії, столиця провінції Лечче, другої провінції в регіоні за кількістю населення, а також одне з найважливіших міст Апулії. Це головне місто півострова Салентін, півострова в околиці Італійського півострова, якому понад 2000 років.

Через багаті архітектурні пам'ятки в стилі бароко, знайдені в місті, Лечче зазвичай називають «Флоренцією Півдня». Місто також має давню традиційну спорідненість з грецькою культурою, що сягає її заснування; Згідно з грецькими записами, мессапці, які заснували місто, були критянами. Донині в Греції Салентіна, групи міст неподалік від Лечче, все ще розмовляють мовою грико.

2.2. Пам'ятки ЮНЕСКО як об'єкти культурно-пізнавального туризму в Італії

ЮНЕСКО — прагне побудувати мир через міжнародне співробітництво в галузі освіти, науки та культури. Програми ЮНЕСКО сприяють досягненню Цілей сталого розвитку, визначених у Порядку денному на період до 2030 року, прийнятому Генеральною Асамблеєю ООН у 2015 році.

У сучасному взаємопов'язаному світі зрозуміло, що культура має силу трансформувати суспільства. Його різноманітні прояви – від наших цінних історичних пам'яток і музеїв до традиційних практик і сучасних форм мистецтва – багатьма способами збагачують усі аспекти нашого повсякденного життя.

Спадщина є джерелом ідентичності та згуртованості для громад, порушених через прискорені зміни та економічну нестабільність. Творчість допомагає будувати відкриті, інклюзивні та плюралістичні суспільства. Спадщина і творчість допомагають будувати динамічні, інноваційні та процвітаючі суспільства знань.

ЮНЕСКО переконана, що жоден розвиток не може бути стійким без сильної культурної складової. Справді, лише орієнтований на людину підхід до розвитку, заснований на взаємній повазі та відкритому діалозі між культурами, може призвести до стійких, інклюзивних і справедливих результатів. Однак культура донедавна була відсутня в мисленні розвитку.

Щоб гарантувати, що стратегії та плани розвитку інтегрують культуру, було прийнято тристоронній підхід: ЮНЕСКО очолює пропаганду культури та розвитку в усьому світі, при цьому зобов'язується встановити чітку політику та правові рамки з міжнародною спільнотою та працювати на місцях, щоб допомагати урядам і відповідним місцевим суб'єктам зберігати спадщину, зміцнювати творчі індустрії та заохочувати культурний плюралізм.

Відомі культурні конвенції ЮНЕСКО забезпечують унікальну глобальну платформу для міжнародного співробітництва та створюють всеосяжну систему управління культурою, засновану на правах людини та спільних цінностях. Ці міжнародні договори спрямовані на захист і охорону світової культурної та природної спадщини, включаючи археологічні пам'ятки, підводну спадщину,

музейні колекції, нематеріальну спадщину, таку як усні традиції та інші форми спадщини, одночасно підтримуючи творчість, інновації та появу динамічних культурних секторів.

Італія є рекордсменом за кількістю об'єктів спадщини ЮНЕСКО у світі.

Зараз в Італії налічується 58 об'єктів ЮНЕСКО — 53 культурних і 5 природних, і багато інших знаходяться на розгляді.: пам'ятники, історичні центри, археологічні та природні парки, місця, визнані унікальними, винятковими свідченнями шляху людини на Землі.

Таким чином, здобуття титулу «всесвітня спадщина» є великою честю, але водночас вона є тягарем, відповідальність, яка лягає на державу, на місцеві адміністрації і яка передбачає дедалі активнішу участь місцевих спільнот.

З моменту свого заснування у 1997 році Італійська асоціація всесвітньої спадщини підтримує установи та органи, відповідальні за управління активами всесвітньої спадщини, за допомогою різноманітних заходів, задуманих та здійснених з метою внесення вкладу у збереження та примноження всесвітньої культурної та природної спадщини.

Ціль полягає в тому, щоб сприяти розвитку інтегрованої мережі співробітництва для розробки спільних проектів на національному та міжнародному рівнях.

Всесвітня спадщина ЮНЕСКО Італії є спадком різних історичних епох — Античності, Середньовіччя, Відродження, і охоплюють майже усі області Італії.

Саме тому Італію вважають музеєм під відкритим небом, країною муз і зодчества, оскільки в багатьох її містах зосереджені видатні пам'ятники архітектури, які сприяють розвитку пізнавального туризму. Вони приваблюють мільйони туристів, які бажають доторкнутися до шедеврів світової культури.

Перший об'єкт, що знаходиться на території Італії, був занесений до списку 1979 року на 3-й сесії Комітету всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Італія ділить з Китаєм перше місце за кількістю об'єктів всесвітньої спадщини.

Культурні об'єкти

1. Сакрі Монті з П'ємонту і Ломбардії (Sacri Monti of Piedmont and Lombardy)

Дев'ять Sacri Monti (Священні гори) Північної Італії - це група каплиць та інших архітектурних об'єктів, створених наприкінці 16-го і 17-го століть і присвячених різним аспектам християнської віри. Крім свого символічного духовного значення, вони мають велику красу завдяки майстерності, з якою вони були інтегровані в навколишній природний ландшафт пагорбів, лісів та озер. Вони також містять багато важливого художнього матеріалу у вигляді настінних розписів та скульптур.

2. Королівський палац 18-го століття в Казерті з парком, акведуком Ванвітеллі та комплексом Сан-Леусіо (18th-Century Royal Palace at Caserta with the Park, the Aqueduct of Vanvitelli, and the San Leucio Complex)

Монументальний комплекс у Казерті, створений королем Бурбонів Карлом III у середині 18 століття, щоб конкурувати з Версалем і королівським палацом у Мадриді, є винятковим завдяки тому, як він об'єднує чудовий палац з його парком і садами, а також як природні ліси, мисливські будиночки та шовкова фабрика. Це красномовне вираження Просвітництва в матеріальній формі, інтегроване в його природне середовище, а не нав'язане.

3. Арабсько-нормандський Палермо та соборні церкви Чефалу та Монреале (Arab-Norman Palermo and the Cathedral Churches of Cefalù and Monreale)

Розташований на північному узбережжі Сицилії арабо-нормандський Палермо включає серію з дев'яти цивільних і релігійних споруд, що датуються епохою нормандського королівства Сицилія (1130-1194): два палаци, три церкви, собор, міст, а також собори Чефалу і Монреале. Разом вони є прикладом соціально-культурного синкретизму між західною, ісламською та візантійською культурами на острові, що породило нові концепції простору, структури та оздоблення. Вони також свідчать про плідне співіснування людей

різного походження та віросповідання (мусульман, візантійців, латинців, євреїв, лангобардів та французів).

4. Археологічний район і патріаршабазиліка Аквілея у Фріулі-Венеції Джулії (Archaeological Area and the Patriarchal Basilica of Aquileia (in Friuli-Venezia Giulia)), одне з найбільших і найбагатших міст Ранньої Римської імперії, була зруйнована Аттілою в середині V століття. Більша частина досі лежить нерозкопаною під полями, і як така вона становить найбільший археологічний заповідник у своєму роді. Патріаршабазиліка, видатна будівля з винятковою мозаїчною бруківкою, відіграла ключову роль у євангелізації великого регіону Центральної Європи.

5. Археологічний район Агрідженто (Archaeological Area of Agrigento) Заснований як грецька колонія в 6 столітті до нашої ери, Агрідженто став одним з провідних міст середземноморського світу. Його першість і гордість демонструють залишки чудових доричних храмів, які домінують над стародавнім містом, значна частина якого все ще лежить нешкодженою під нинішніми полями та садами. Вибрані місця розкопок проливають світло на пізніші елліністичні та римські міста та поховання його ранніх християн.

6. Археологічні райони Помпеї, Геркуланума та Торре Аннунціата (Archaeological Areas of Pompei, Herculaneum and Torre Annunziata)

Коли 24 серпня 79 року нашої ери вивергався Везувій, він охопив два квітучі римські міста Помпеї та Геркуланум, а також численні багаті вілли в цьому районі. З середини 18 століття їх поступово розкопували і стали доступними для громадськості. Величезна площа комерційного міста Помпеї контрастує з меншими, але краще збереженими залишками курорту Геркуланум, а чудові настінні розписи вілли Оплонтіс у Торре Аннунціата створюють скраєв враження про розкішний спосіб життя, яким насолоджуються багатші громадяни часів Ранньої Римської імперії.

7. Ассізі, базиліка Сан-Франциска та інші місця францисканців (Assisi, the Basilica of San Francesco and Other Franciscan Sites)

Ассізі, середньовічне місто, побудоване на пагорбі, є місцем народження святого Франциска, тісно пов'язаного з діяльністю францисканського ордену. Його шедеври середньовічного мистецтва, такі як базиліка Сан-Франческо та картини Чімабуе, П'єтро Лоренцетті, Сімоні Мартіні та Джотто, зробили Ассізі фундаментальним орієнтиром для розвитку італійського та європейського мистецтва та архітектури.

8. Ботанічний сад (Orto Botanico), Падуя (Botanical Garden (Orto Botanico), Padua)

Перший у світі ботанічний сад був створений в Падуї в 1545 році. Він і досі зберіг своє первісне планування – круглу центральну ділянку, що символізує світ, оточений кільцем води. Пізніше були додані інші елементи, деякі архітектурні (декоративні входи та балюстради) та практичні (насосні установки та теплиці). Він продовжує виконувати своє початкове призначення як центр наукових досліджень.

9. Кастель-дель-Монте (Castel del Monte)

Коли імператор Фрідріх II побудував цей замок поблизу Барі в 13 столітті, він наділив його символічним значенням, що відображено в місці розташування, математичній та астрономічній точності планування та ідеально правильній формі.

Унікальний об'єкт середньовічної військової архітектури, Кастель-дель-Монте – це далеке поєднання елементів класичної античності, ісламського Сходу та північноєвропейської цистерціанської готики.

10. Собор, Торре Чивіка та П'яцца Гранде, Модена (Cathedral, Torre Civica and Piazza Grande, Modena)

Чудовий собор 12-го століття в Модені, робота двох великих художників (Ланфранко і Вілігельма), є чудовим зразком раннього романського мистецтва. Своєю площею та високою вежею він свідчить про віру його будівельників і силу династії Каносса, яка його замовила.

11. Церква та домініканський монастир Санта-Марія делле Граціє з «Таємною вечерею» Леонардо да Вінчі (Church and Dominican Convent of Santa Maria delle Grazie with “The Last Supper” by Leonardo da Vinci)

Трапезна монастиря Санта-Марія делле Граціє є невід'ємною частиною цього архітектурного комплексу, розпочато в Мілані в 1463 році і перероблено в кінці 15 століття Браманте. На північній стіні — «Таємна вечеря» — неперевершений шедевр, написаний Леонардо да Вінчі між 1495 і 1497 роками, робота якого мала сповістити нову еру в історії мистецтва.

12. Національний парк Чіленто і Валло-ді-Діано з археологічними пам'ятками Пестум і Велія та Чертоза-ді-Падула (Cilento and Vallodi Diano National Park with the Archeological Sites of Paestum and Velia, and the Certosa di Padula)

Чіленто є видатним культурним ландшафтом. Драматичні групи святилищ і поселень вздовж трьох східно-західних гірських хребтів яскраво відображають історичну еволюцію цього району: це був основний шлях не лише для торгівлі, а й для культурної та політичної взаємодії протягом доісторичного та середньовічного періодів. Чіленто також був кордоном між грецькими колоніями Великої Греції та корінними етрусками та луканцями. Там знайдені залишки двох великих міст класичної епохи, Пестума та Велії.

13. Місто Верона (Verona)

Історичне місто Верона було засноване в 1 столітті до нашої ери. Він особливо процвітав під владою родини Скалігерів у 13-14 століттях і як частина Венеціанської республіки з 15-го по 18-е століття. Верона зберегла чудову кількість пам'яток античності, середньовіччя та епохи Відродження і є видатним прикладом військової фортеці

14. Місто Віченца і Палладіанські вілли Венето (City of Vicenza and the Palladian Villas of the Veneto)

Заснований у 2 столітті до нашої ери на півночі Італії Віченца процвітала під владою Венеції з початку 15 до кінця 18 століття. Неповторний вигляд місту надає творчість Андреа Палладіо (1508–80), заснована на детальному вивченні класичної римської архітектури. Міські будівлі Палладіо, а також його вилли, розкидані по всьому регіону Венето, мали вирішальний вплив на розвиток архітектури. Його робота надихнула особливий архітектурний стиль, відомий як палладіанський, який поширився в Англії та інших європейських країнах, а також у Північній Америці.

15. Коста'ера Амальфітана (Costiera Amalfitana)

Амальфітанське узбережжя – це територія великої фізичної краси та різноманітності природи. З раннього середньовіччя воно інтенсивно заселялося людськими спільнотами. Є ряд міст, таких як Амальфі та Равелло з архітектурними та художніми творами великого значення. Сільські райони демонструють універсальність мешканців у пристосуванні використання землі до різноманітної природи місцевості, яка варіюється від терасових виноградників і садів на нижніх схилах до широких гірських пасовищ.

16. Креспі д'Адда (Crespi d'Adda)

Креспі д'Адда в Капріате-Сан-Жервазіо в Ломбардії є видатним прикладом «міст-компаній» 19-го та початку 20-го століть, побудованих в Європі та Північній Америці свіченими промисловцями для задоволення потреб робітників. Об'єкт досі надзвичайно недоторканий і частково використовується для промислових цілей, хоча зміна економічних та соціальних умов зараз загрожує його виживанню.

17. Ранньохристиянські пам'ятки Равенни (Early Christian Monuments of Ravenna)

Равенна була резиденцією Римської імперії в 5 столітті, а потім Візантійської Італії до 8 століття. Він має унікальну колекцію ранньохристиянських мозаїк і пам'ятників.

Усівісімбудівель – мавзолей ГаллиПлацидії, Неоніанськийбаптистерій, базилікаСант-АполлінареНуово, аріанськийбаптистерій, архієпископськакаплиця, мавзолей Теодориха, церква Сан-Вітале та базилікаСант-Аполлінаре в булипобудовані в 5-6 ст. Вони демонструютьвеликухудожнюмайстерність, включаючичудовепоєднання греко-римськихтрадицій, християнськоїіконографії та східних і західнихстилів.

18. ЕтруськінекрополіЧерветері та Тарквінії(EtruscanNecropolisesofCerveteriandTarquinia)

Ці два великетрусськіцвинтарівідображаютьрізнітипипоховальних практик з 9-го по 1-е століття до нашоїери та свідчать про досягненняетрусськоїкультури. Якийпротягомдев'ятистоліть створив найдавнішуміськуцивілізацію в ПівнічномуСередземномор'ї. Деякі з гробницьмонументальні, вирубані в скелі та увінчанівражаючими курганами (курганами). У багатьох є різьблення на стінах, іншімаютьнастіннірозписивидатноїякості. Некрополь поблизуЧерветері, відомий як Banditaccia, міститьтисячігробниць, організованих у міськомуплані, з вулицями, невеликими площами та кварталами. Місцеміститьдужерізнітипигробниць: рови, вирубані в скелі; кургани; а деякі, такожвисічені в скелі, у форміхатинобобудинків з багатствомконструктивних деталей. Вони є єдинимізбереженимидоказамиетрусськоїжитловоїархітектури. Некрополь Тарквінії, такожвідомий як Монтероцці, містить 6000 могил, вирубаних у скелі. Вінвідомийсвоїми 200 розмальованимигробницями, найдавніші з якихдатовуються 7 століттям до нашоїери.

19. Феррара, містоєпохиВідродження, ійогодельтаПо(Ferrara, City of the Renaissance, and its Po Delta)kl

Феррара, яка виросланавколо броду через річку По, стала інтелектуальним і мистецьким центром, якийприваблювавнайбільшіуміталійськогоВідродження в 15-16століттях. Тут П'єроделла Франческа, ЯкопоБелліні та АндреаМантеньяприкрашалипалаціБудинкуЕсте. Гуманістичнаконцепція

«ідеального міста» ожила тут, у кварталах, побудованих з 1492 року Бьяджо Россетті за новими принципами перспективи. Завершення цього проекту ознаменувало народження сучасного містобудування та вплинуло на його подальший розвиток.

20. Генуя: Le Strade Nuove і система Палацці деї Роллі

Strade Nuove і система Палацці деї Роллі в історичному центрі Генуї датуються кінцем 16-го і початком 17-го століть, коли Республіка Генуя була на піку своєї фінансової та морської могутності. Цей сайт являє собою перший в Європі приклад міського проекту, розділеного державною владою в унітарних рамках і пов'язаного з певною системою «громадського житла» в приватних резиденціях, згідно з декретом Сенату в 1576 році. Сайт містить ансамбль палаців ренесансу та бароковздовж так званих «нових вулиць» (Strade Nuove).

Palazzidei Rоллі пропонує надзвичайну різноманітність різноманітних рішень, досягаючи універсальної цінності в адаптації до особливих характеристик об'єкта та до вимог конкретної соціальної та економічної організації. Вони також пропонують оригінальний приклад публічної мережі приватних резиденцій, призначених для проведення державних візитів.

21. Історичний центр Сан-Джиміньяно

«San Gimignano delle belle Torri» знаходиться в Тоскані, в 56 км на південь від Флоренції. Він слугував важливою ретрансляційною точкою для паломників, які подорожували до Риму або з Риму по Via Francigena. Сім патріциїв, які контролювали місто, побудували близько 72 будинків-веж (деякі висотою до 50 м) як символи свого багатства та влади. Хоча збереглося лише 14, Сан-Джиміньяно зберіг свою феодальну атмосферу та зовнішній вигляд. У місті також є кілька шедеврів італійського мистецтва 14-15 століть.

22. Міста пізнього бароко Валь-ді-Ното (Південно-Східна Сицилія)

Вісім міст у південно-східній Сицилії: Кальтаджіроне, Мілітелло-Валь-ді-Катанія, Катанія, Модіка, Ното, Палаццоло, Рагуза та Сіклі,

усібули відновлені після 1693 року на аборучізімістами, що існували під час землетрусу, який стався того року. Вони являють собою значне колективне починання, успішно здійснене на високому рівні архітектурно-мистецьких досягнень. Дотримуючись того часного стилю пізнього бароко, вони також відображають характерні інновації в містобудуванні та міському будівництві.

23. Лонгобарди в Італії. Міцясили (568-774рр. н.е.)

Лонгобарди в Італії, Міцясили, 568 – 774рр. н.е. включають сім груп важливих будівель (включаючи фортеці, церкви та монастирі) по всьому італійському півострові. Вони свідчать про високе досягнення лангобардів, які мігрували з Північної Європи і виробили власну специфічну культуру в Італії, де вони панували на величезних територіях у VI-VIII ст. Синтез архітектурних стилів лангобардів ознаменував перехід від античності до європейського середньовіччя, спираючись на спадщину Стародавнього Риму, християнську духовність, візантійський вплив та німецьку північну Європу. Серійна власність свідчить про важливу роль лангобардів у духовному та культурному розвитку середньовічного європейського християнства, зокрема завдяки підтримці чернечого руху.

24. Су Нураксіді Баруміні

Протягом кінця 2-го тисячоліття до н.е. у бронзовому столітті на острові Сардинія виник особливий тип оборонної споруди, відомий як нурагі (якому немає аналогів більше ніде у світі). Комплекс складається з круглих оборонних веж у вигляді усічених конусів, збудованих з обробленого каменю, з консольними склепінчастими внутрішніми камерами. Комплекс в Баруміні, який був розширений і зміцнений у першій половині 1-го тисячоліття під тиском Карфагена, є найкращим і найповнішим прикладом цієї чудової форми історичної архітектури.

25. Ретська залізниця в ландшафтах Альбула / Берніна

Ретська залізниця в ландшафтах Альбула/Берніна об'єднує дві історичні залізничні лінії, які перетинають швейцарські Альпи через два перевали. Відкрита в 1904 році лінія Альбула в північно-західній частині володіння має довжину 67 км. Він має вражаючий набір конструкцій, включаючи 42 тунелі та криті галереї та 144 віадуки та мости. Лінія перевалу Берніна довжиною 61 км включає 13 тунелів і галерей і 52 віадуки і мости. Ця нерухомість є прикладом використання залізниці для подолання ізоляції поселень у Центральних Альпах на початку 20-го століття, що має значний і тривалий соціально-економічний вплив на життя в горах. Він утворює видатний технічний, архітектурний та екологічний ансамбль і втілює досягнення архітектури та будівництва в гармонії з ландшафтами, через які вони проходять.

3.3. Природні об'єкти

1. Стародавні та первісні букові ліси Карпат та інших регіонів Європи

Ця транснаціональна власність включає 94 складові частини в 18 країнах. З кінця останнього льодовикового періоду бук європейський поширився з кількох ізольованих районів-притулків в Альпах, Карпатах, Динаридах, Середземномор'ї та Піренейх протягом короткого періоду в кількатисяч років у процесі, який все ще триває. Успішне поширення по всьому континенту пов'язане з адаптивністю дерева і стійкістю до різних кліматичних, географічних і фізичних умов.

2. Ізоль Еолі (Ліпарські острови)

На Еолійських островах є видатні записи вулканічного будівництва та руйнування островів, а також поточних вулканічних явищ. Острови, що вивчаються принаймні з 18 століття, дали науці вулканології приклад двох типів виверження (вулканського і стромбольського) і, таким чином, займали чільне місце в освіті геологів протягом більше 200 років. Сайт продовжує збагачувати сферу вулканології.

3. Монте Сан Джорджіо

Лісиста гора Монте-Сан-Джорджіо у формі піраміди біля озера Лугано вважається найкращою пам'яткою морського життя тріасового періоду (245–230 мільйонів років тому). Послідовність запису життя в середовищі тропічної лагуни, захищеної та частково відділеної від відкритого моря морським рифом. У цій лагуні процвітає різноманітне морське життя, зокрема рептилії, риба, двостулкові молюски, амоніти, голкошкірі та ракоподібні. Оскільки лагуна була поблизу суші, залишки такої земної фауни та флори, зокрема рептилій, комах і рослин, що призвело до надзвичайно багатого джерела скам'янілостей.

4. Гора Етна

Гора Етна - це культове місце, що охоплює 19 237 безлюдних гектарів на найвищій частині гори Етна, на східному узбережжі Сицилії. Етна - найвища гора середземноморського острова і найактивніший стратовулкан у світі. Історію виверження вулкана можна простежити на 500 000 років, і задокументовано принаймні 2700 років її діяльності. Майже безперервно виверження вулкана Етна продовжує впливати на вулканологію, геофізику та інші науки про Землю. Вулкан також підтримує важливі наземні екосистеми, включаючи ендемічну флору та фауну, а його діяльність робить його природною лабораторією для вивчення екологічних та біологічних процесів. Різноманітний і доступний спектр вулканічних об'єктів, таких як вершинні кратери, шлакові конуси, потоки лави та западина Валле-де-Бове, зробили це місце головним місцем для досліджень та освіти.

5. Долітові Альпи

Місцевість Долітових Альп складається з гірського хребта в північних італійських Альпах, який налічує 18 вершин, які піднімаються вище 3000 метрів і займають 141 903 га. Тут представлено одні з найкрасивіших гірських ландшафтів з вертикальними скелями, стрімкими скелями та високою щільністю вузьких, глибоких і довгих долин. Серія властивість дев'яти областей,

які представляють різноманітність вражаючих ландшафтів міжнародного значення для геоморфології, позначених шпилями, вершинами та скельними стінами, також містить льодовикові форми рельєфу та карстові системи. Для нього характерні динамічні процеси з частими зсувами, повенями та лавинами. На території закладу також є один із найкращих прикладів збереження мезозойських карбонатних платформних систем із літописами скам'янілостей.

Варто зазначити, що у 2021 році комітет Всесвітньої спадщини за останній тиждень вніс до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО три італійські пам'ятки: фрески XIV століття в Падуї, термальний курорт Монтекатіні-Терме та портики Болоньї.

Перший об'єкт – фрескові цикли в Падуї, написані в період між 1302 і 1397 роками у восьми релігійних та світських будівлях. Вони свідчать про появу нового стилю, яким у наступні століття надихалися творці ренесансних фресок Італії та її межами.

Другим пам'ятником ЮНЕСКО став Монтекатіні-Терме у складі транснаціонального об'єкту «Великі бальнеологічні курорти Європи», до якого входить 11 міст, які «свідчать про міжнародну європейську курортну культуру, яка розвивалася з початку XVIII століття до 1930-х років, що призвело до появи великих міжнародних курортів, що вплинули на міське будівництво поблизу ансамблів курортних будівель».

Третій пам'ятник – знамениті портики Болоньї, «архітектурна модель та основний елемент повсякденного життя міста». Їхня довжина становить майже 40 км, і з самого початку XII століття, коли зростання університету привело до утворення нового міського простору, ціаркади були місцем спілкування та торгівлі, свого роду вітальні просто неба, символом болонської гостинності.

Італія має величезний культурний потенціал. Це не тільки пам'ятники історії, об'єкти або споруди, але і культура народу, що відбивається в мистецтві й літературі, а також у побуті. Туристів приваблюють всесвітньо відомі музеї та театри. Італійський театр більшою мірою тяжіє до класики, але є й авангардні

трупі, що виступають у великих містах. Регулярно проводяться різні фестивалі та конкурси, виставки, свята. Не можна не відзначити багатющі міфологічні ресурси країни, й це позначається в яскравій самобутності національної культури.

Італію, країну з багатою історією, яка внесла величезний внесок у світову та європейську культуру, заслужено називають колискою європейської цивілізації. На території країни збереглися пам'ятники всіх історичних епох, починаючи з нескельних малюнків первісного часу у Валь-Камоніка до комплексу пізньобарокових міст (Катанія, Сіракузи, Рагуза) на південному сході Сицилії.

Розташування об'єктів Всесвітньої культурної спадщини по території Італійської республіки нерівномірні. Екскурсійні туристські маршрути розробляються з урахуванням значущості культурно-історичної пам'ятки, а також її географічного положення щодо інших пам'ятників і об'єктів туристичної інфраструктури.

Власне, культурну, історичну та природну спадщину в історичному туризмі прийнято ділити на такі категорії:

- надбання, що використовується в основному (фестивалі, пам'ятники);
- надбання змішаного користування (менш значні пам'ятники і музеї, театри, заповідники);
- надбання, що використовується в основному населенням (цивільні споруди, культові об'єкти, кінотеатри, бібліотеки).

2.3. SWOT- і PEST- аналіз ринку туристичних послуг

Італія –країна Середземномор'я, що перетворилася сьогодні на світовий центр рекреації і туризму. Частка туризму у ВВП країни становить близько 25%, у туристичній сфері зайнято 16,5% трудових ресурсів. За даними ЮНВТО

країна входить у п'ятірку найрозвиненіших «туристичних» країн світу, на неї припадає 6% усього туристичного обігу планети.

Зважаючи на динамічні процеси зміни кон'юнктури світового ринку міжнародного туризму, виникає гостра необхідність в дослідженні сучасного стану та основних тенденцій розвитку туризму в зазначеному регіоні.

Туризм – одна з найбільш динамічних галузей італійської економіки, що приносить прибуток у розмірі 43 млрд. дол. США, і виводить країну на 4 місце в світі та 3 місце в ЄС (після Іспанії та Франції) за розвитком туризму. За оцінками фахівців Італія являє собою туристичний продукт вищого ступеня досконалості.

Туристичний бізнес Італії розвивається на основі потужного природно-рекреаційного потенціалу. Особливо широко представлені ландшафтні та орографічні ресурси. Їх різноманітність дозволяє розвивати: гірськолижний туризм в Альпах, курортну справу на узбережжі морів, пізнавальний туризм на основі унікальних природних об'єктів. Особливе місце серед бальнеологічних ресурсів посідають термальні води та мінеральні грязі, що обумовлено геологічною будовою Апеннінського півострова. В країні налічується понад 850 природоохоронних територій різних категорій, що зумовлює розвиток екологічного туризму.

Внесок Італії до світової культурної спадщини – найбільший у світі за кількістю пам'яток ЮНЕСКО. Їх в країні налічується 58. Особливе місце в історико-культурній спадщині країни займає італійська кухня. Подієві ресурси Італії є також невід'ємним елементом її культури і традицій.

Туристична інфраструктура Італії представлена 3341 готелями, 2355 кемпінгами і туристичними поселеннями, 24250 приватними квартирами, що здаються в оренду, 5965 агротуристичних комплексів та 3286 одиницями різних форм прийому гостей. 46,1% всіх готелів зосереджена на північному-сході країни.

Щорічно Італію відвідують близько 60 млн. іноземних туристів, переважно з Німеччини, Франції, Австрії, Швейцарії та Іспанії. Основні мотиви прибуття в країну іноземних туристів представлені на рис. 1.

У 2017 р. курортний відпочинок скоротився як по рівню витрат (20,2% проти 21,6% у 2013 р.), так і по кількості туристів (25,5% проти 27,9%), тоді як пізнавальний туризм склав 51% туристичних витрат (8 млрд. євро). 1% від загальних туристичних витрат (145 млн. євро) склав гастрономічний туризм.

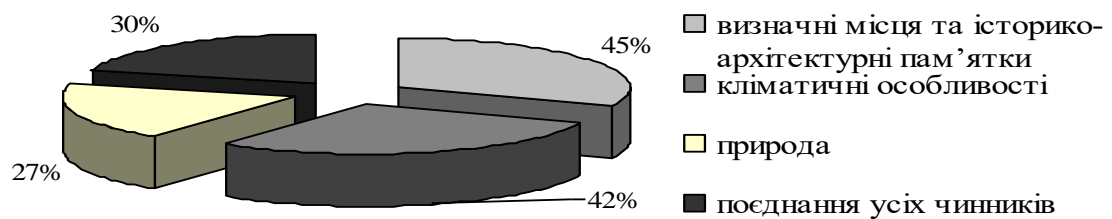


Рис. 1. Мотивація туристичних прибуттів в Італію

Однак, сьогодні існує певна диспропорція у розподілі туристичних прибуттів за регіонами країни. Головний район іноземного туризму – північний схід, особливо області Трентіно-Альто-Адідже та Венето, а також Центральна Італія (Рим, Флоренція, Піза). Число іноземних туристів у цих регіонах коливається в межах 6-10 млн. осіб. Найменш відвідуваними сьогодні залишаються регіони Кампанія (Неаполь, Помпеї) та Емілія-Романья (Болонья).

В даний час основну частину туристичних потоків становить груповий туризм. За цим показником Італія вийшла на четверте місце у світі (35,8 млн.) після Франції (70 млн.), Іспанії (47,7 млн.) і США (47,1 млн.).

Враховуючи зростаюче значення ролі туризму, італійський уряд має намір реалізувати цілеспрямовану програму розвитку, згідно якої передбачається витратити близько 300 млн. дол. США на створення перспективних туристичних комплексів. Провідна роль у позиціюванні Італії на міжнародному туристичному ринку належить національному управлінню з туризму (ENIT),

основними функціями якого є рекламно-інформаційна робота, маркетингові дослідження, координація міжнародної діяльності місцевих турадміністрацій.

Туризм є однією з найбільш важливих складових частин урядової програми з розвитку Півдня Італії. Для підвищення туристичної привабливості даного регіону вирішено створити туристичний об'єкт – аналог «Діснейленду». Це дасть можливість збільшити доходи державного бюджету від туризму до 2020 року на 30 млрд. євро (зі 134 до 164 млрд.), а кількість робочих місць відповідно на 500 тис. (з 2,2 до 2,7 млн.).

Головними проблемами, які стають на заваді розвитку туристичного сектору досліджуваної країни, ми вважаємо роздрібненість і локалізацію турбізнесу по окремих регіонах через брак ефективної централізованої координації; небажання розвивати нові туристичні пропозиції; труднощі із залученням міжнародних інвестицій тощо.

SWOT-аналіз туризму в Італії

Сильні сторони	Слабкі сторони
1.Потужний та унікальнийекологічний, природний та ресурсніпотенціали	1. Дороговизна деяких регіонів
2.Нявність різноманітнихкурортів: морські, гірськолижні, історико-культурні	2. Високитраспортни тарифи
3.Унікальна на багата культурно-історичнаспадщина	3. Не всі рекреаційні обекти мають доступ з боку аеропортів та мають далеку відстань один від одного
4.Позитивнийімідж та уявлення про країну в світі	4. Яскраво виражений гірській рельєф
5.Різноманітні урядовіпрограмипідтримкитуристичнійскладової	5. Екологія деяких регіонів
6.Великий попит на туристичніпослуги в світі (зокремавнутрішній попит)	
7.Гастрономічний туризм (одні з	

<p>популярніших національні страви в світі)</p> <p>8. Вдале розположення та транспортна доступність</p> <p>9. Наявність широкої кількості внутрішньодержавних та міжнародних зв'язків)</p> <p>10. Працююча маркетингова компанія</p> <p>11. 58 пам'яток ЮНЕСКО</p>	
Можливості	Загрози
<p>1. Можливості розвитку різноманітних сфер туризму</p> <p>2. Введення в експлуатацію нових гірськолижних трас</p> <p>3. Сприятливі економічні та інвестиційні умови для розвитку підприємств туризму</p> <p>4. Розвиток гравального бізнесу</p> <p>5. Співпраця з іншими країнами ЄС</p> <p>6. Урядове фінансування туристичного бізнесу</p>	<p>1. Стрімке виснаження ресурсів</p> <p>2. Конкуренція з боку інших країн ЄС</p> <p>3. Зростання обсягів промислового будівництва і як наслідок знищення культурної спадщини</p>

На підставі проведеного SWOT-аналізу можна дійти висновку, що Італія – має багато перспектив в плані туризму. Вона володіє широким діапазоном унікальних переваг: особливий природний, екологічний, ресурсний, історико-культурний потенціал. Підтримка туристичної індустрії з боку уряду країни, наявність стимулюючих програм дають величезні можливості для швидкого розвитку туризму і створення якісного і відомого туристського продукту Італії, зокрема гастрономічного. Він є одним з найбільш швидкозростаючих сегментів туристичного ринку за останні роки.

Для всебічного дослідження туристичного продукту Італії скористаємося таким інструментом маркетингової діяльності, як PEST-аналіз. Він призначений для виявлення політичних (Policy), економічних (Economy), соціальних (Society) і технологічних (Technology) аспектів зовнішнього середовища, які можуть вплинути на стратегію регіону.

Основна причина вивчення економіки - це створення картини розподілу ресурсів на рівні держави, яка є найважливішою умовою діяльності регіону. Не менш важливі споживчі переваги визначаються за допомогою соціальної компоненти PEST-аналізу. Останнім чинником є технологічна компонента, метою її дослідження прийнято вважати виявлення тенденцій у технологічному розвитку, які часто є причинами змін і втрат ринку, а також появи нових продуктів. [47].

PEST-аналіз Італії

Політичні фактори:

1. Політично стабільний регіон.
2. Президент – є сильним авторитетним лідером. Як папа Римський.
3. Продумана національна політика, спрямована на формування максимально вигідних умов для залучення інвестицій
4. Підтримка туристичної індустрії з боку уряду.
5. Наявність широкого діапазону міжнародних і внутрішньо-державних зв'язків
6. В'їзні формальності
7. достатнє нормативно-правове забезпечення можливості організації дозвілля на території природних територій, що особливо охороняються.

Економічні фактори;

1. Високорозвинена економіка

2. Італія за рівнем розвитку економіки займає 6-е місце в світі 3.
3. Частка у ВВП – торгівлі, фінансів і сфери послуг – 56,9%, промисловості – 31,7%, сільського господарства – 4,9%
4. Грошова одиниця – євро
5. Найважливішим джерелом доходів є туризм. Щорічно Італію відвідують понад 50 млн. осіб
6. Італія – батьківщина банків, у 67% її населених пунктів є банківські установи
7. Біля 80% території Італії займають гори, їх передгір'я і пагорби. Протяжність території Італії з півночі на південь дає великі кліматичні відмінності між окремими районами – від помірно теплого клімату Паданської рівнини (з жарким літом, але холодною і туманною зимою) до яскраво вираженого субтропічного в Сицилії. Власне середземноморським є клімат півострівної і острівної Італії
8. Незважаючи на видобуток енергоносіїв, їхвкрай недостатньо і Італія на 80% залежить від їх імпорту
9. За виробництвом сталі і прокату країна займає 2-е місце в Західній Європі після Німеччини
10. Позитивне сальдо туристського балансу

Соціальні фактори:

1. Чисельність населення – понад 60 млн. ос., 94% населення складають італійці. Інші національності: німці (в області Трентіно-Альто-Адідже), французи (в області Валлед'Аоста), словенці (в області Трієсті-Гориція)
2. У сучасній Італії проживає досить велика кількість біженців з країн третього світу, в основному араби і албанці
3. Спостерігається динаміка перевищення грошових доходів над витратами населення

4. Позитивний імідж Італії поліпшується з року в рік
5. Розвиненість інфраструктури та високий рівень життя в регіоні

Технологічні фактори:

1. Сприяння уряду країни розвитку ринків наукомісткої продукції, захист інтелектуальної власності, стимулювання взаємозв'язку інвестицій з науководослідними і дослідно- конструкторськими розробками
2. Високий інноваційний потенціал діючих освітніх установ
3. Розвинена мережа транспорту
4. Стан туристичної інфраструктури
5. Стан комунального господарства
6. Стан лікувальної бази
7. Система життєзабезпечення

На підставі проведеного PEST- і SWOT-аналізу можна зробити висновок, що Італія – це дуже перспективна країна в плані туризму. Вона володіє широким діапазоном унікальних переваг: особливий природний, екологічний, ресурсний, історико-культурний потенціал. Підтримка туристичної індустрії з боку уряду країни, наявність стимулюючих програм дають величезні можливості для швидкого розвитку туризму і створення якісного і відомого туристського продукту Італії. Однак уряд країни має ясно усвідомлювати можливі загрози розвитку туризму і через інструменти контролю, податкової політики повинен встановлювати межі і умови його розвитку.

На підставі аналізу факторів, що впливають на розвиток туризму в Італії, можна зробити наступні висновки:

1. В Італії присутні всі сприятливі фактори: природні, культурні,

соціальні, економічні, які сприяють розвитку туризму.

2. Найбільшу роль грають культурні і природні фактори.

3. Деякі фактори існують тільки в Італії, що посилює її туристичну привабливість.

4. У даний час в Італії на державному рівні і на рівні місцевих органів влади приділяється багато уваги розвитку і підтримці туризму.

5. З боку населення виявляється посильна підтримка всіх видів туризму, допомога туристам, що також збільшує туристичну привабливість Італії.

6. У даний час Італія перетворилася на центр світового туризму, її популярність постійно зростає, особливо за рахунок «Адорбетнових» туристичних потоків з країн колишнього СРСР, Китаю, Індонезії.

7. Популярність Італії в сфері туризму впливає на розвиток суміжних галузей невиробничої сфери, пов'язаних з наданням послуг населенню: харчової промисловості, виробництва одягу, взуття, готельного бізнесу, всієї сфери послуг, транспортних компаній, асоціацій гідів і т.д.

8. Завдяки зростанню туризму з'являються додаткові робочі місця постійні і сезонні для молоді, студентів (в літній період).

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

3.1. Вплив COVID-19 на індустрію туризму в Італії

Туристичний сектор Італії, як і вся економіка в цілому сильно постраждали від початку епідемії коронавірусу, оскільки туристи в 2020 році відвідували Італію набагато менше ніж минулими роками. Повідомлялося про величезні втрати країни у 2020 році, туристи почали скасовувати свої бронювання ще до закриття кордонів Італії на початку березня, коли всі види поїздок, крім найнеобхідніших в Італію, стали неможливими. За даними Всесвітньої туристської організації ООН (ЮНТВО), Італія в 2018 році прийняла більш як 60 млн. іноземних туристів. У 2020 році через пандемію в країні очікувалося на 56 млн. ночівель менше. Це мало призвести до втрат 3,2 млрд євро, що могло стати рекордом за всю історію туризму в країні. Як зазначалося в звіті ЮНТВО, майже половина недоотриманих доходів припадає на готельний сектор країни. Протягом 2020 року Італія поступово відновлювала міжнародні поїздки, але в'їзд з країн за межами Шенгенської зони був дозволений лише з 1 липня. Багато рейсів в країні не здійснювалося впродовж минулого року, а близько 40 % готелів країни пустували. У минулому році нестача туристів в Італії – протилежність тієї проблеми, що існувала раніше, овертуризму. Адже, до початку пандемії найбільш відомі місця Італії страждали від переповненості, особливо в розпал літнього сезону і свят. Зараз місцеві жителі і навіть ті, хто працює в туризмі, кажуть, що не хочуть повернення масового туризму. На їхню думку, прийшов час якісних змін [30].

Світовий ринок готельних послуг знаходиться зараз у складній ситуації і несе колосальні збитки через пандемію. Постраждали не тільки невеликі, але і великі готелі та мотелі, які брали основний потік іноземних постояльців.

Однією з великих витрат в даному секторі бізнесу є заробітна плата

співробітника. Тому існує велика загроза звільнення великої кількості людей. В Італії закриті майже 95 % готелів. За даними ЗМІ в Італії збитки в 2020 році становили майже 4 млрд. євро в день. Надзвичайна ситуація в області охорони здоров'я призвела до паралічу всього ланцюжка поставок, який генерує близько 12 % ВВП Італії. За експертними оцінками в першій половині 2020 року, доходи від туризму знизилися в країні на 73 %.

Так, в Італії туристичний оборот становив всього 16 млрд. євро в порівнянні з 57 млрд. євро за аналогічний період минулого року. Літній сезон 2020 року був поставлений під загрозу, в який щорічно прибувало в країну 25 млн. чоловік [32].

Заходи, спрямовані на стримування поширення вірусу COVID-19 призвели до того, що в 2020 році в Італії знизився оборот в секторі ресторанного і готельного сектора (72 748 компаній з оборотом 37,8 млрд. євро в 2019 році) на 16,7 млрд. євро, що дорівнює зниженню, в порівнянні з 2019 роком, на -44,1 %. Найбільше постраждали готелі: збиток склав 7,9 млрд. євро, що становить -53,8 %, в той час як підприємства громадського харчування скоротилися на 8,8 млрд. євро і склали – 37,9 %.

Це оцінки, кількісно оцінені Бюджетною обсерваторією Ради Srls за 2019 рік і Фондом національних бухгалтерів. Це вплив пов'язаний як з падінням попиту, який торкнувся сектору ще до початку надзвичайної ситуації в Італії. Але крім величезного економічного збитку виникла в країні й інша проблема. Через порожні вулиці і закриті магазини ризик злочинності зростає, тому готелі, заповнені телевізорами, комп'ютерами і розкішними меблями почали в Італії частіше грабувати.

З початку глобального поширення коронавірусу готельний сектор Італії був одним з найбільш уражених через заходи по боротьбі з пандемією. Авіакомпанії країни тримають свої літаки на землі, країна закрила свої кордони для прибуваючих іноземців, обмеження

поширюються, і готелі країни бачать, що їх бізнес випаровується.

Після впливу коронавірусу готелі і туристичні агентства подорожей Італії намагаються впоратися з пандемією за допомогою заходів, які приносять користь для своїх клієнтів [27].

Так, італійська організація RoomMate, спрощувала політику скасування або зміни бронювання в цій країні, особливо для клієнтів, які не уклали це право і планували поїздку до країни на початку літа 2020 року. В цьому випадку, якщо клієнт скасовував поїздку, мережа зберігала депозит, який можна було використовувати протягом наступних шести місяців.

Avoris, туристична компанія GrupoBarceló, слідувала цій лінії і почала кампанію без зборів за скасування всіх своїх бронювань до 31 травня. Клієнти могли отримувати безкоштовні скасування, якщо вони зверталися за 15 днів до запланованої дати організованої поїздки в Італію.

Глобальна економіка сильно постраждала від поширення коронавірусу, і одним з найбільш постраждалих секторів є авіаційна промисловість. За оцінками Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), в минулого року авіакомпанії могли втратити до 252 млрд. дол. США доходів в результаті дії вірусу або 38 % в порівнянні з 2019 роком. У секторі стався різкий спад пасажиропотоку через обмеження. Європейські авіалінії втратили в 2020 році доходи в розмірі 89 000 мільйонів доларів (82 000 мільйонів євро) через COVID-19 [30].

«У той час, коли авіакомпанії стикаються з безпрецедентною кризою ліквідності, нам вкрай необхідні фінансова підтримка з боку європейських урядів і нормативна підтримка», – так заявляв минулого року регіональний віце-президент IATA по Європі Рафаель Шварцман, представляючи дані. Збиток Італії у 2020 році експерти оцінюють в межах від 11 500 до 17900

млн. дол. США, що створило ризик для 310 000 робочих місць на італійському ринку. Пряма фінансова підтримка, позики і полегшення тягара заборгованості, а також тимчасове ослаблення правил (наприклад, щодо компенсації за скасування 46рейсів) – ось деякі з рецептів, які IATA пропонувала Європі в разі виникнення повітряного кризи через епідемію коронавірусу.

Так, італійська авіакомпанія Alitalia була повністю націоналізована в 2020 році через фінансові збитки, викликані пандемією. Уряд Італії оголосив минулого року, що контроль над цією компанією тепер буде повністю залежати від Міністерства економіки. Оскільки авіаційна галузь Італії за весь період 2020 р. продовжувала страждати від слабкого попиту на поїздки на тлі поширення коронавірусу по всьому світу, рівень зайнятості в даній сфері в країні продовжував знижуватися.

Так, в Італії в зоні ризику опинилися 22 % зайнятих в сфері туризму, що становить понад 1,2 млн чоловік.

Крім того, в Італії минулого року відбулося експоненціальне зростання неповної зайнятості, оскільки економічні наслідки спалаху вірусу призвели до скорочення робочого часу і заробітної плати. «Збитки від відсутності іноземних туристів в Італії в 2020 році склали 24,6 млрд. євро, і навіть витрати на внутрішні поїздки в країні знизилися на 43,6 млрд. євро», – повідомив під час інтерв'ю Джорджіо Палмуччі, президент італійського національної ради з туризму ENIT. При цьому, на його думку, навіть якщо попереду буде зростання і відновлення – поточні втрати будуть відчуватися і через рік, і через два. Причому найтуристичніші міста виявляться найбільш постраждалими – це і Венеція, і Флоренція, і Рим.

Туристичні компанії Італії вкінці 2020 року заявили, що вперше за всю історію бачать рік з нульовим прибутком і 100 % скасуванням бронювання. «Сезонні» курортні острови, такі як Капрі і Іскья, отримали

трохи більшу користь в 2020 р. від підтримки урядом внутрішнього туризму. Так, річна виручка на острові Іскья в Неаполітанській затоці впала минулого року лише на 50 %. Туристичні компанії країни розраховують, що міжнародні туристи повернуться лише в 2022 році. А поки італійській туристичній індустрії нічого не залишається – тільки продовжувати боротьбу за виживання.

Через пандемію коронавірусу в Італії також значно постраждали ресторани, у які працювали у 2020 році періодично. Для прикладу, згідно з проектом рішення влади Італії, ресторани, бари, кафе-морозиво та кондитерські з 26 жовтня по 24 листопада 2020 р. повинні були закриватися о 18:00 год у будні дні. По неділях і в святкові дні вони мали бути закриті повністю [33]. Харчування на винос в кінці осені в країні було дозволено до 24:00 год, з заборонаю вживання їжі на місці або десь поблизу. Також в Італії в кінці осені зупинилася робота кінотеатрів, театрів, казино, спортзалів, басейнів, спа-салонів. Крім того, владою країни була підготовлена рекомендація не їздити наприкінці 2020 року в сусідні муніципалітети на громадському або приватному транспорті за винятком підтвердженої необхідності потреби в роботі, навчанні, за станом здоров'я.

У 2021 році посилені обмеження в Італії діяли з 15 березня по 6 квітня, під час яких були закриті ресторани. 10 з 20 регіонів країни виявилися в «червоному» рівні, де ввели жорсткі обмеження – в цю зону, зокрема, потрапили Рим і Мілан. У «червоних» регіонах люди могли виходити з дому тільки в разі, якщо необхідно їхати на роботу або через погіршення стану здоров'я. Ресторани, бари (втім, вони могли працювати на доставку), спортзали, салони краси, школи і магазини, які продають товари не першої необхідності були закриті, Також заборонялося виїжджати за межі «червоного» регіону. Навчання в школах відбувалося дистанційно. Всього з 15 березня 6,9 мільйона учнів не пішли в школу у

країні.

У «помаранчевих» регіонах країни також не працювали впродовж зазначеного періоду заклади харчування, зате всі магазини були відкриті. У «жовту» зону не потрапив жоден регіон, а «білий» рівень ввели в Сардинії – там були мінімальні обмеження: зокрема, бари і ресторани там були відкриті і могли працювати до 22:00 і 23:00 год.

У 2021 році, в Італії як і в Туреччині, обов'язковими стануть анкетування гостей при заселенні в готель і контроль температури тіла: якщо вона перевищить 37,5 градусів, в розміщенні відмовлять. Разом з ключами від номера постояльці отримують термометри, щоб відстежувати свій стан самостійно [33].

До персоналу в 2021 році вимоги жорсткіші: обов'язковий контроль температури тіла 3 рази в день. Скрізь на території готелів країни будуть дотримуватися принципу соціального дистанціювання. Гості повинні знаходитися мінімум в 1 м один від одного. У зв'язку з цим в ресторанах скасують самообслуговування і збільшать відстань між столами, харчування організують позмінно. Природно, всюди будуть розставлені дозатори з дезінфікуючим гелем, все стануть частіше чистити і прибирати. У дні заїздів і виїздів всі номери будуть повністю знезаражуватися озоном, ультрафіолетовими променями або будь-яким іншим дозволеним способом. Мабуть, найцікавіше – це пляж. Умови готелів Італії в 2021 році дозволяють виділити 50 м² на кожну парасольку, що дозволить гостям відчувати себе комфортно. При цьому межі кожного квадрата позначають символічно: кілочками і мотузками. Природно, що далеко не скрізь в Італії умови розміщення туристів будуть однаковими. У старих курортних регіонах (Амальфітано, Ріміні, Лігурія і ін.) гості будуть розміщуватися щільніше, так як простір на пляжах буде обмежений. Проте, дискусія з цього приводу ще триває. Але вже відомо, що від ідеї встановити

пластикові перегородки між лежаками в країні вирішено відмовитися. ДаріоФранческіні (міністр туризму Італії) підтвердив, що ніякого плексигласу не буде. Ніхто в країні і не думає про термосканери на пляжі та інші речі, так як це катастрофічно накрутить ціни в Італії. Порядок роботи готелів і пляжів літом 2021 року зараз активно обговорюється на рівні керівництва Калабрії і Сардинії, готується його затвердження в уряді.

Незважаючи на те, що зараз велика увага приділяється відкриттю аеропортів і відновлення рейсів, на повітряні перевезення припадає лише частина міжнародних рейсів, причому більше 50 % іноземних відвідувачів прибувають в Італію на автомобілі [30].

Зазвичай італійський туризм ділиться на 50 % іноземних туристів і 50% італійських відвідувачів. У цьому році очікується зростання внутрішнього туризму, що буде диктувати перші ознаки відновлення. Що стосується більш довгострокових змін в туризмі, то очікується, що туризм в Італії стане зеленішим і розміреним. Після кризи з'явиться можливість зайнятися питанням стійкості і новими способами пропозиції і розвитку туризму. Багато італійських жителів, гості та навіть ті, хто працює в туристичній індустрії, кажуть, що зараз настав час змін, і багато хто з гарячих точок туризму Італії, як відомо, в останні роки бореться з надмірним напливом туристів.

Відновлення туризму в Італії – це можливість для всіх операторів даного сектору підвищити стандарти якості та провести оновлення та адаптацію, необхідні для цього сектору, з просуванням інновацій та екологічної політики [36].

У той час як італійський туризм може виглядати дещо інакше в майбутньому, прогнозується, що з економічної точки зору, може не знадобитися багато часу, щоб туризм в Італії повернувся до показників

2019 року.

Отже, туристичний сектор Італії, як і вся економіка в цілому сильно постраждали від початку епідемії коронавірусу, оскільки туристи в 2020 році відвідували Італію набагато менше ніж минулими роками.

У минулому році нестача туристів в Італії – протилежність тієї проблеми, що існувала раніше, овертуризму. Адже, до початку пандемії найбільш відомі місця Італії страждали від переповненості, особливо в розпал літнього сезону і свят. Зараз місцеві жителі і навіть ті, хто працює в туризмі, кажуть, що не хочуть повернення масового туризму. На їхню думку, прийшов час якісних змін.

3.2. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Італії

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.

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».

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 вважалось 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 уся 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.

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

Політичний план розвитку туризму – це Національний стратегічний план туризму на 2017-2022 роки, який базується на чотирьох темах:

1. Культура та спадщина: культурна та природна спадщина має бути зміцнена за допомогою методів сталого управління та інноваційного використання активів.

2. Конкуренентоспроможність та зайнятість: конкурентоспроможність у сфері туризму слід підвищити, щоб створити додану вартість та збільшити кількість та якість зайнятості.

3. Поставлення туриста в центр: досвід італійського туризму повинен відповідати запитам та очікуванням ринку.

4. Інтеграція та сумісність: система туристичних асоціацій та операторів має бути повністю інтегрована, заохочуючи взаємодію та партнерську роботу.

Три стратегічні принципи охоплюють усі цілі та заходи Плану:

Сталість: ключовий елемент конкурентоспроможності в туризмі, який повинен зберегти природні ресурси та ландшафти та залучити інвестиції для

їхохорони. Сталобачення туризму спрямоване на обмінможливостями по всійкраїні та протягом року, а також на створенняробочихмісць у нових, а такожусталенихнапрямках.

Інновації: стосовнотуристичнихнапрямоків, бізнес-моделей, професійнихпрофілів, маркетингу та якостіпослуг і продуктів. Цифровалізаціястоїть на передньомукраїїнновацій, щостосуютьсяпоширенняінформації, прийняттярішеньмандрівниками та розширенняінформаційнихінструментів,

Доступність: включаєрозширення доступу до меншвідвідуванихрайонів і наданнявсім типам відвідувачівможливостіотримативигодувід туризму та повністюоцінитиунікальністьвідвіданихмісць.

Майбутнєбаченнярозвиткуіталійського туризму на найближчікількароківзосереджено на зростаннівартості. Цемає на метізабезпечитистійкість в економічному, соціальному та культурному плані, спираючись на цінністьширшоїтуристичноїпропозиції, щопідтримуєтьсямісцевимбізнесом. Баченнявважаєважливиминаступне:

- Основна вимога екологічної стійкості.
- Добре скоординоване просування (національний / регіональний / місцевий рівень) на основі спільних цілей,
- Поліпшення місцевих продуктів і брендів шляхом «позиціонування бренду» відповідно до національної системи.
- Повага до місцевих громад та соціальна відповідальність.
- Збільшення використання місцевих аеропортів та інших транспортних вузлів.
- Створення економічної цінності шляхом залучення подій.
- Підтримка конкурентоспроможності туристичної пропозиції за допомогою інвестицій та розвитку продукту.

- Підвищення якості послуги та продукту та визначення сегментів/країн з найбільшим потенціалом.

Це бачення бачить ширше визначення культурного туризму як потенційну цінність. В Італії є 5 568 муніципалітетів з населенням менше 5 000, так звані села Боргі. Ці місця пропонують 51 000 підприємств розміщення з 1,4 мільйона ліжок і приваблюють понад 21 мільйон гостей, які зупиняються на 90 мільйонів ночей. Більше того, 64% з 58 об'єктів ЮНЕСКО в Італії представлені в цих місцях, і сезонність культурного туризму не збігається з часами пікового попиту, а скоріше заохочує попит на плечі та в міжсезоння.

Отже, для покращення розвитку туристичної галузі Італії можна виділити такі основні положення [47]:

- 1) Управління: посилення підтримки та центральної координації.
- 2) Реконструкція ENIT Agenzia Nazionale del Turismo: редизайн місії та організація відповідно до кращих міжнародних туристичних агентств, з адекватною наявністю людських і фінансових ресурсів.
- 3) Покращення пропозиції: фокусування на 30-40 пріоритетних районах призначення, інновації, збільшення середніх витрат на одного туриста.
- 4) Гостинність: модернізація та консолідація.
- 5) Транспорт та інфраструктура: еволюція відповідає потребам туризму.
- 6) Навчання та навички: вдосконалення підготовки кадрів для туристичного сектору.
- 7) Інвестиції: залучення інвестицій через конкретні стимули та «Adorbemnulla» бюрократії.

Ці завдання спрямовані на відновлення частки ринку, особливо у ключових сегментах. Для цього важливо визначити певні цілі для цих сегментів і шляхи реалізацію заходів для досягнення мети.

Короткий термін:

- створення якісної пропозиції на основі програмування календаря подій, зосередивши навколо мистецтва і шопінгу, а також їжі та вина;

- модернізація житла як умова для конкуренції на глобальному рівні;

- диференціювати та збагачувати пропозицію для сегментів «Adorbemінші європейці», надання більше пропозицій, ніж у інших конкурентів (наприклад, «AdorbemМоре + Шопінг» або «AdorbemМоре + Арт», на противагу «Adorbemтільки море»);

- пропонувати нові продукти для мандрівників, які відвідували Італію, щоб вони хотіли повернутися, наприклад, пропонувати велику кількість гарячих путівок;

- створення продуктів, спрямованих на конкретні сегменти попиту за інтересами.

Середньостроковий термін:

- зростання позиції серед країн, що розвиваються, які повинні бути основним фокусом для відновлення конкурентної позиції; — зосередження уваги на конкретних потребах різних ринків (наприклад, Китаю) за допомогою наскрізного бачення подорожі (від візового запиту, шопінгу, логістики, тощо до повернення додому); — налагодження співпраці з основними туроператорами; — встановлення амбітних цілей для збільшення частки ринку (наприклад, зосередження уваги на

російський і китайський ринки, на яких Італія має обмежені частки ринку (5% і 6% відповідно, за даними 2015 року).

Італія насправді має хороші активи, що дає їй довгострокову конкурентоспроможну перевагу. Проте, через численні критичні прорахунки у плануванні і виконанні туристичного продукту, країна значно втратила ринкову частку.

Щоб змінити цей шлях, необхідні довгострокові зусилля, щоб поставити туризм у центр порядку денного уряду. З цією метою розроблений стратегічний план, який прогнозує сім пунктів фундаментального втручання:

- Реалізація заходів дозволить збільшити частку ринку, отримавши від туризму до ВВП з 134 млрд. євро до 164 млрд. євро до 2020 року та створить ~ 500.000 нових робочих місць.
- Цей вплив на ВВП дорівнює приблизно 2% річного основного результату зростання міжнародного туризму, який не можна відкладати, особливо по відношенню до південних регіонів країни. Реалізація плану залежить від чотирьох видів ініціатив: законодавчі дії, розподіл коштів на існуючі інструменти, дії міністерства туризму і дії уряду та / або міжвідомче втручання.

Серед чинників, що перешкоджають розвитку бізнесу в Італії, експерти також відзначають державну бюрократію, рівень податкових ставок і механізми податкового регулювання, доступ до фінансових ресурсів, регулювання ринку праці, корупцію і політичну нестабільність.

3.3. Перспективи співробітництва Італії та України в сфері популяризації культурно-пізнавального туризму

На сьогоднішній день існування туризму як однієї з найбільш прибуткових галузей економіки неможливо уявити без міжнародного співробітництва.

Співробітництво – це система партнерства на регіональному, державному та міждержавному рівнях. Саме воно забезпечує просування національного туристичного продукту країни на світовий ринок, сприяє залученню його до світового інформаційного простору, набуттю передового досвіду організації туристичної діяльності [38].

Серед привабливих ринків туристичних послуг в Європі для українців завжди була і залишається Італія. Це обумовлено не лише насиченістю країни об'єктами туристичного показу, а й традиціями гостинності та якісним сервісом. Враховуючи пізнавальний інтерес українців до Італії, більшість як великих, так й дрібних туристичних фірм включили у свої програми цей сегмент туристичного ринку. Зокрема споживачам пропонуються тури вихідного дня, гірськолижні та приморські курорти, екскурсійні подорожі найбільш відомими італійськими містами, подієві та гастрономічні мандрівки тощо.

Італія відноситься до великих і високорозвинених країн, що заклали підвалини європейської цивілізації [38].

Перспективи ж розширення зв'язків України з Італією обумовлюються дією широкого спектру чинників, а наявні особливості сучасної співпраці в галузі туризму показують необхідність більш детального вивчення попиту та пропозиції на туристичному ринку «Україна – Італія» для покращення і розширення зв'язків у майбутньому. Аналіз наукових публікацій показав, що дослідженню співпраці України та Італії в галузі туризму сьогодні присвячується значна кількість робіт, у яких описуються визначні місця [44], наводяться практичні рекомендації щодо організації подорожей та корисна інформація щодо співпраці України та Італії в галузі туризму.

Дослідженням аспектів співпраці України та Італії в галузі туризму займалось і займається досить багато вчених. Ми в свою чергу представили

особливості туристичного попиту та пропозиції ринку «Україна – Італія» на сучасному етапі.

За даними Державного комітету статистики України з туристичною метою відвідало близько 30, 7 тис. італійців, що удвічі менше, ніж п'ять років тому. Наведені дані свідчать про те, що ані українці не є для Італії головними постачальниками туристів, ані італійці не виступають такими для України. При цьому, на думку спеціалістів туристичної галузі, пріоритетними напрямками для українських туристів у літньому сезоні 2012 р. будуть такі країни як Туреччина, Хорватія, Чорногорія, Греція, Болгарія, Іспанія, Єгипет, Ізраїль. Проте, переважна більшість туристичних фірм в нашій державі продовжує пропонувати споживачам Італію в якості країни туристичного відвідування, значно розширюючи свої пропозиції. Чому ж на ці пропозиції пристає менша кількість українських туристів, ніж на пропозиції до названих вище країн.

Проблемі розвитку туристичного країнознавства присвячено чимало публікацій як в Україні, так і за кордоном, в яких розкриваються особливості розвитку туризму в Італії, аналізуються її туристичні ресурси, регіональна туристична спеціалізація та тенденції формування туристичного потоку до країни. Проте, у більшості наукових праць приділяється недостатньо уваги аналізу співробітництва у галузі туризму між окремими країнами чи групами країн, а питання оптимізації двостороннього співробітництва між Україною та Італією з метою залучення більшої кількості туристів на національні туристичні ринки обох країн, залишилася зовсім поза увагою дослідників та експертів.

За оцінками фахівців, Італія являє собою туристський продукт вищого ступеня досконалості, а міжнародна статистика відводить їй почесне місце у п'ятірці найбільш розвинених з туризму країн світу [10].

Всесвітньо відома історія Італії, унікальна природа, твори мистецтва, культурні пам'ятники, релігійні свята, мода й італійський стиль життя, гастрономія — ось ті ключові пункти, які зробили Італію важливим туристичним центром світового рівня.

В Італії склалася добре організована система прийому туристів, здатна одночасно розмістити понад 4 млн. гостей [3]. До неї належать не лише готелі на понад 2 млн. місць, а й комфортні кемпінги, приватні квартири, що здаються в оренду, численні агротуристські комплекси та інші форми прийому гостей (апартаменти з декількома власниками, притулки, пансіони, релігійні установи й будинки для прочан, тощо).

Італійські області мають у своєму розпорядженні значну кількість автономних спортивних споруджень і розважальних комплексів, стадіонів, гімнастичних залів, басейнів, ковзанок і велодоріжок, танцювальних залів й атракціонів, церков і монастирів, замків і фортець, цирків шапіто й цілодобових критих павільйонів, площ й обладнаних приміщень для проведення громадських видовищних заходів за всіх пір року, що часто успішно використовуються для надання додаткових послуг туристам [3, 5].

Як зазначалося вище, Україна не займає лівової частки на туристичному ринку Італії. Вітчизняні експерти з туризму основним критерієм для прийняття рішення про відвідування країни для українських туристів називають простоту отримання візи і легкість трансферу [6]. Ідеальний варіант для українців – це безвізовість, що дозволяє задовольнити зазіхання на закордонний відпочинок особливо улітку. Нажаль, отримання італійських туристичних віз в Україні дуже ускладнене різного роду формальностями і перепонами. Спрощення правил отримання візи варто розглядати як один з основних шляхів інтенсифікації туристичного потоку з нашої країни до Італії. Є проблеми з отриманням візи у самій Україні, коли в окремі періоди спостерігається дефіцит бланків паспортів або різними установами цей процес гальмується штучно.

Незважаючи на певні візові колізії, українці із задоволенням відвідують Італію і за останні два десятиліття достатньо повно розкрили для себе цю країну, пізнали її традиції, культуру, людей і по-справжньому оцінили туристичні послуги і переваги, що надаються в ній.

Найбільш відвідуваними в Італії з боку українців є Рим з його стародавніми руїнами і музеями Ватикану, Флоренція, без якої неможливо

увидіти італійське Відродження, Венеція – ірреальне місто мостів і каналів, Мілан, Неаполь і Піза з безліччю дивовижних пам'яток архітектури і мистецтва.

Зазначимо, що відвідування цих та інших відомих італійських міст, так званий міський культурно-пізнавальний туризм, покриває понад 50% загального потоку туристів, що прибувають до Італії з України переважно у складі організованих груп. Ще близько 5 % з тих українців, хто в'їхав до Італії, надає перевагу відпочинку на морі [6].

Українці відвідують країну переважно під час новорічних та різдвяних канікул, часто навесні, проте рідко свою літню відпустку планують на її території. Причиною того, що незначна кількість українських туристів проводить свою тривалу літню відпустку на італійському узбережжі, є високі ціни на послуги, недоступні для масового туриста. Незважаючи на те, що туристи з України надають перевагу якісному розміщенню та іншим туристичним принадам, пропоновані турпакети до Італії з відпочинком біля моря у більшості випадків розраховані на VIPклієнтів. Крім того, майже відсутні пропозиції для сімейного відпочинку, особливо з маленькими дітьми. Демократичність цін – це той шлях, який значно пожвавить зростання українського сегмента на італійському туристичному ринку. При цьому цінова політика повинна значною мірою залежати не тільки від італійських суб'єктів туристичної діяльності, а й українських туроператорів.

Велика заслуга в оптимізації співробітництва між Україною та Італією належить українським тур фірмам, які прикладають певні зусилля і роблять двостороннє співробітництво більш ефективним.

Проведений аналіз програм туроператорів України дозволяє говорити про те, що в асортименті більшості з них присутня Італія. Найбільш диверсифіковані пропозиції по Італії надходять від таких відомих в Україні туристичних фірм, які включають більш ніж два десятки різних програм і турів по цій країні. Серед менш відомих загалом, але успішних на італійському ринку фірм, можна згадати «Солеанс Світ», «Всесвіт». Усі вони плідно працюють з

приймаючими італійськими компаніями і безпосередньо з багатьма готелями, що й зумовило переважання організованого туризму з України до Італії. Проте, останнім часом спостерігається тенденція до збільшення індивідуальних подорожей. На мою думку, це пов'язано у першу чергу з тим, що пакетні пропозиції часто мають дещо завищену вартість і не відповідають очікуванням споживачів. Тому, багато з тих українців, що відправляються до Італії, наприклад, на короткочасний відпочинок у гори чи з метою проведення шопінгу, планують та організують ці поїздки самостійно, часто при цьому користуються гостьовими запрошеннями. У цьому зв'язку варто туристичним фірмам обох країн шукати можливості здешевлення такого роду поїздок і заохочення туристів додатковими послугами, наприклад, розважального (відвідування відомих театрів, концертних залів) чи оздоровчого (відвідування spa- центрів) спрямування. За останні кілька років в Україні зросла частка туру вихідного дня «Міні канікули у Римі» з відвідуванням Риму, Ватикану та Флоренції упродовж 4 днів/3 ночей. На думку вітчизняних експертів, така тенденція пояснюється появою нових туристичних компаній, які пропонують дуже вигідні пропозиції вихідного дня, як за насиченістю програми, так й за ціною. Разом із зростанням частки турів вихідного дня і розширенням по ним пропозицій, знижується їхня вартість, що у цілому збільшує кількість українців, бажаючих відвідати Італію. Оптимізації турів вихідного дня у подальшому сприятиме й здешевлення трансферу, зокрема, збільшення пропозицій лоу-кост від авіакомпаній. Попит на подібні подорожі зростатиме не тільки за рахунок столиці, а й регіонів України, і сприятиме позитивній динаміці туристичного потоку до італійських міст.

Аналіз туристичних прибуттів до України з Італії показав, що вони досить обмежені як територіально, так і у часі. Переважна більшість італійських туристів відвідує м. Київ та ще кілька великих обласних центрів – Донецьк, Харків, Дніпропетровськ, Львів з пізнавальною та діловою метою. Крім того, такі поїздки є нетривалими, пересічно від однієї до п'яти ночівель [3, 9]. Це наводить на думку про те, що італійці або не поінформовані про різні

туристичні програми, що широко представлені у багатьох регіонах України, або не дуже упевнені в якості їх реалізації. Тому важливим напрямком подальшого співробітництва між Італією, яка є визнаним лідером з туризму в Європі та світі, та Україною, яка нині лише створює свій туристичний образ, може стати налагодження інформаційного обміну та проведення відповідної аналітичної роботи з метою створення та просування спільних туристичних продуктів [2]. Ця робота, у першу чергу, допоможе обом країнам більш детально ознайомити потенційних туристів із значною кількістю туристичних атракцій на своїх територіях, які поки що перебувають у «тіні» всесвітньовідомих об'єктів показу.

Створення позитивного туристичного образу, у першу чергу, потрібен Україні, яка шукає можливості зміцнення іміджу туристичної країни і через іміджеву політику намагається подолати існуючі труднощі в організації та веденні міжнародного туристичного бізнесу. Проведення продуманих промо акцій для потенційних туристів з Італії може досягти синергічного ефекту і, як наслідок, сприятиме перерозподілу туристичного потоку на користь обох країн. Прикладом успішного інформаційного співробітництва у 2012 р., на нашу думку, була участь італійського регіону Венето у 18-ій міжнародній туристичній виставці UITT-2012, що відбувалася 28-30 березня у м. Києві [6]. Представники з північно-східного регіону Італії гостинно запрошували усіх гостей виставки відвідати цю область країни не тільки для того, аби побачити Венецію та інші «міста мистецтва», а й ознайомитися з ландшафтами Доломітових Альп, пляжами на узбережжі Адріатики, термальними курортами Абано та Монтегротто, озером Гарда. Участь Венето у виставці стала унікальним приводом познайомити жителів України з туристичними атракціями регіону у поєднанні з місцевою кухнею та вином. Таким чином, вперше у рамках виставки на стенді Венето були презентовані пакети «slowtourism» або «повільний туризм», що є новим трендом у світовій туристичній індустрії. Так званий «повільний туризм» має на увазі неквапливе і комфортне занурення у життя іншої країни. Наприклад, під час одного прибуття до Італії можна

здійснити й прогулянки Венеціанським передгір'ям, й туристичні розваги, й відпочинок та оздоровлення.

У свою чергу, національні туристичні організації України можуть на регіональних туристичних виставках та ярмарках Італії представити італійцям різноманітні туристичні дестинації регіонів України. Це: міський і гірськолижний туризм, санаторно-курортні програми, тури по Дніпру та іншим водним об'єктам країни, паломництво до трьох святинь: Києво-Печерської Лаври, Почаївської Лаври та Святогорського монастиря, відпочинок біля моря та етновідпочинок, а також екологічний, медичний та інші види спеціалізованого туризму.

Цікавими для туристів як України, так й Італії, можуть бути спільно розроблені пізнавально-туристичні маршрути. Для цього між окремими регіонами країн слід створити відповідні веб-сайти. Впровадження новітніх інформаційних технологій на регіональному рівні сприятимуть те тільки заохоченню, а й утриманню своїх клієнтів.

Ефективними будуть також проведення екскурсій по розроблених маршрутах з включенням унікальних природних чи культурно-історичних об'єктів, національних природних парків чи місць історичних подій. Спільна організація та проведення різноманітних фестивалів за обраною тематикою також оптимізує туристичне тяжіння між двома країнами. Наприклад, це може бути регіональний фестиваль народних ремесел, або гастрономічний, зокрема винний фестиваль. До розробки таких маршрутів та програм варто залучати не тільки туристичні фірми, а й відповідні вищі навчальні заклади, музеї, національні природні парки та інші суб'єкти туристичної діяльності обох країн.

Отже, упровадження різноманітних форм міжрегіонального співробітництва є потужним стимулом нарощування туристичних потоків між двома країнами. Успішна взаємодія між Україною та Італією може здійснюватися й при спільному розв'язанні проблем безпеки туристів та забезпечення екологічно чистого туристичного середовища. Відомо, що кілька років поспіль окремі італійські пляжі були визнані чистими, безпечними та

комфортними для перебування туристів та рекреантів і нагороджені блакитним прапором ЮНЕСКО [47].

Україна може запозичити досвід італійських організаторів відпочинку з цього питання, а також долучитися разом з ними до розробки методик обмеження антропогенного навантаження на довкілля, вимог щодо інфраструктурного та інформаційного облаштування зон відпочинку. Це створить належні передумови для більш ефективного використання рекреаційнотуристичних ресурсів обох країн та призведе до зростання туристичних обмінів.

Значну роль у зміцненні міжнародного співробітництва між Україною та Італією відіграють вищі навчальні заклади (ВНЗ) туристичного профілю. Упродовж останніх років значно поживилася робота навчальних закладів щодо розширення міжнародних зв'язків. Як наслідок, кілька провідних ВНЗ Києва, Дніпропетровська, Львова, Одеси, Донецька взаємодіють з навчальними закладами та іншими організаціями і туристичними фондами Італії. Таке співробітництво дозволяє студентам проходити закордонні практики, брати участь у наукових конференціях і семінарах, що стосуються розвитку міжнародного туризму. Цікавим досвідом у цьому напрямку відзначається співпраця між Одеським державним економічним університетом та італійським Фондом Ромуальдодел'Б'янка, що у м. Флоренція, яке триває вже кілька років поспіль [4].

Основними формами співробітництва є участь у студентських наукових конференціях, семінарах, майстер-класах. Під час останніх студенти суттєво поглиблюють свої професійні знання, удосконалюють практику спілкування та соціокультурну компетентність, працюючи в інтернаціональних групах.

Співробітництво між викладачами навчальних закладів здійснюється з метою обміном інформацією про нові методи організації навчального процесу, практичної підготовки студентів, удосконалення змісту навчальних планів, напрямки наукової та методичної роботи у сфері туристичного, готельного та ресторанного бізнесу [7]. Таке співпраця дозволяє також створювати спільні

творчі колективи для підготовки навчальних посібників, розробки різноманітних турів по своїм країнам, удосконалення дидактичних матеріалів. Говорячи про українсько-італійське співробітництво щодо підготовки кадрів для туристичної галузі, варто наголосити на необхідності створення двосторонніх навчальних центрів. Подібні об'єкти існують в Україні з іншими європейськими країнами.

Основною метою діяльності Центру буде організація практично-професійного навчання студентів відповідно до міжнародних стандартів, надання консультативних послуг, обмін інформацією щодо підготовки фахівців для сфери туризму.

Двостороннє співробітництво у туристичній сфері між Україною та Італією є очевидним, проте потребує певної оптимізації через спрощення візових формальностей з боку Італії, демократизацію цінової політики, поліпшення інформаційної взаємодії на міждержавному та регіональному рівнях, активізацію співпраці між вищими навчальними закладами двох країн, що готують кадри для туризму.

Обидві держави мають можливості для створення широкого спектру пропозиції на туристичному ринку, проте у випадку України, ця пропозиція не затребувана в повній мірі і повинна бути підтримана рекламою в Європі та світі. Це і має бути наступним напрямом дослідження і роботи в галузі українського туризму, а також розширення співпраці з Італією, запозичення її досвіду зі створення пропозиції на туристичному ринку, адже Україна має такі ж туристичні ресурси як і Італія, але для їх просування на туристичний ринок, для підвищення попиту на ці ресурси потрібно трохи коштів, часу та зусиль.

ВИСНОВКИ

Метою виконання дипломної роботи була оцінка стану та векторів розвитку культурно-пізнавального потенціалу Італії як джерела розвитку культурного туризму в країні.

У ході дослідження визначено сутність та основні характеристики культурного туризму, сучасний стан розвитку культурного туризму у Італії та перспективи використання культурно-пізнавального потенціалу Італії.

Проведене дослідження дозволило дійти наступних висновків.

1. Культурний туризм – це туристична діяльність, яка дозволяє людям переживати різні способи життя інших людей, тим самим здобуваючи з перших рук розуміння їхніх звичаїв, традицій, природного середовища, інтелектуальних уявлень та тих місць архітектурного, історичного, археологічного чи іншого культурного значення які залишилися з більш ранніх часів. Існує значна кількість класифікацій культурного туризму. Найчастіше культурний туризм класифікують відповідно до мети подорожі (туризм спадщини, оглядовий, арттуризм, подієвий, креативний, екокультурний туризм, туризм вражень та тематичний туризм). Важливим аспектом також є ступінь фіксації туриста на культурному аспекті подорожі (культурний туризм як специфічний вид туризму та культурний туризм як складова інших видів туризму), відповідно, виділяються і різні види «культурного туриста» («цілеспрямований», «оглядово-орієнтований», «поєднаний», «випадковий», «квазі-культурний» турист).

2. Культурні ресурси розуміються в роботі як рекреаційно привабливі пам'ятки історії, архітектури, археології, місця, які пов'язані з життям і діяльністю видатних історичних осіб, території, де збереглися яскраво виражені етнографічні особливості, культові споруди, музеї, картинні галереї тощо. Культурні ресурси регіону формують його культурний потенціал – частину туристсько-рекреаційного потенціалу території, який поряд з природноресурсним є однією з головних передумов розвитку туристично-рекреаційної сфери в регіоні. Основними складовими культурного потенціалу територій є природно-ландшафтна унікальність, архітектурна унікальність та

історикокультурна унікальність. До оцінки культурного потенціалу є такі підходи, як якісний, кількісний, бальний і вартісний.

3. Фактори, що впливають на культурний потенціал Італії, а отже, і на її престижність як дестинації для культурного туризму, розподілено на зовнішні та внутрішні. До внутрішніх факторів належать: політичні, економічні, науково-технічні та соціально-демографічні. Більшість із наведених факторів, такі як політична стабільність, високий розвиток економіки та суспільства, інформаційних технологій, мають позитивний вплив на розвиток культурного туризму в країні. Негативними є лише такі фактори, як загроза терористичних актів, націленість експорту на Європу, сувора податкова політика, дефіцит бюджету, державний борг, імміграційні процеси. Внутрішні фактори включають: забезпеченість ресурсами культурного туризму та координацію і управління діяльністю в культурному туризмі. Італія характеризується високим рівнем забезпеченості культурними ресурсами та їх пильною охороною, сприянням і регулюванням туризму на державному рівні, поєднанню держави і приватної власності у розвитку туризму і охороні культурних пам'яток, однак негативну тенденцію має загальне фінансування туристичної галузі.

4. Основні можливості активізації культурно-пізнавального потенціалу Італії для розвитку культурного туризму включають розробку турів, що включатимуть відвідування невідомих широкому колу туристів об'єктів культурної спадщини, та розширення географії культурного туризму. Розробка турів, що включатимуть відвідування невідомих широкому колу туристів об'єктів культурної спадщини, дозволяє розвивати як самі об'єкти, так і туристичну інфраструктуру навколо них. Розширення географії культурного туризму дозволить привернути до таких дестинацій більшу кількість потенційних туристів, оскільки традиційно розвинені в них види туризму доповнюватимуться пізнавальною активністю

8. Основними перспективними напрямками розвитку культурного туризму у Італії є розвиток окремих форм культурного туризму, удосконалення системи просування туристичного продукту, надання переваги розвитку культурного

туризму місцевим громадам, створення більш тісних зав'язків між містами та їх прилеглими регіонами, а також застосування загальних принципів сталого туризму.

Результати дослідження свідчать про те, що культурний туризм у Італії – субгалузь туризму, що стрімко, і за належного сприяння може дати ще більш широкі можливості як туристичним компаніям, так і населенню країни взагалі. Тому перспективним напрямом подальших досліджень вбачаємо як розробку окремих культурних турів, призначених для окремих категорій туристів, так і розробку і впровадження загальнонаціональної стратегії розвитку культурного туризму.

Отже, Італія – один з основних туристських центрів світу. Цьому сприяють переваги географічного положення та природнокліматичні умови, наявність великої кількості історико-архітектурних та культурних пам'яток. Також варто відзначити, що політичне становище країни досить стабільне, а економічна політика спрямована на розвиток та вдосконалення туристської галузі. Всі ці характеристики позитивно впливають та створюють умови для розвитку туризму – сприяють збільшенню туристських потоків з усіх країн та макрорегіонів до Італії.

Італія впевнено займає четверте місце серед світових країн-лідерів. У 2018 р. в Італії було зареєстровано 41 млн. прибуттів, що становить близько 6% світових, 10% європейських, і 31% південно-європейських туристських прибуттів. Доходи від туризму склали 27,4 млн. дол., тобто близько 7% світових, 13% європейських і 38% південно-європейських доходів від туризму. Ці пропорції незначно змінюються від року до року. Дане співвідношення кількості туристських прибуттів і доходів від туризму є доказом високої ефективності туристичного комплексу Італії, в порівнянні з іншими країнами. Італія має багатий туристично-рекреаційний потенціал.

РЕЗЮМЕ/ RESUME

Кваліфікаційна робота Бабаренко Єлизавети Іванівни на тему «Культурно-пізнавальний туризм в Італії» присвячена актуальній темі аналізу тенденцій розвитку культурно-пізнавального туризму.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є культурно-пізнавальний туризм в Італії.

Предметом дослідження є особливості розвитку культурно-пізнавального туризму в Італії.

Метою дослідження є визначення особливостей, а також проблем та перспектив розвитку культурно-пізнавального туризму в Італії.

Завдання дослідження:

- визначити та охарактеризувати фактори розвитку культурно-пізнавального туризму в Італії;
- визначити роль історико-культурної спадщини Італії як основи культурно-пізнавального туризму;
- провести SWOT- і PEST- аналіз ринку туристичних послуг;
- визначити ключові проблеми розвитку культурно-пізнавального туризму в регіонах Італії;
- визначити перспективи співробітництва Італії та України в сфері популяризації культурно-пізнавального туризму.

У процесі роботи були застосовані наступні методи дослідження: системний, порівняльний і статистичний аналіз.

Здійснивши дослідження теоретичних аспектів розвитку культурно-пізнавального туризму в Італії можна зробити наступні висновки: культурно-пізнавальний туризм в Італії у XXI ст. є основним сегментом міжнародного ринку туристичного бізнесу, і розвиток сектору ділового туризму залишається одним з найбільш складних та багатогранних завдань для будь-якої країни.

Ключові слова: туризм, культурно-пізнавальний туризм, в'їзний туризм, туристичні об'єкти, історико-культурна спадщина, туристичні центри.

The qualifying work of Babarenko Elizaveta Ivanovna on the topic "Cultural and cognitive tourism in Italy" is devoted to the topical issue of analysis of trends in the development of cultural and cognitive tourism.

The object of study of the qualification work is cultural and cognitive tourism in Italy.

The subject of the study is the peculiarities of the development of cultural and cognitive tourism in Italy.

The purpose of the study is to determine the features, as well as problems and prospects for the development of cultural and cognitive tourism in Italy.

Objectives of the study:

- to identify and characterize the factors of development of cultural and cognitive tourism in Italy;
- to determine the role of the historical and cultural heritage of Italy as the basis of cultural and cognitive tourism;
- to conduct SWOT- and PEST-analysis of the market of tourist services;
- to identify key problems in the development of cultural and cognitive tourism in the regions of Italy;
- to determine the prospects of cooperation between Italy and Ukraine in the field of popularization of cultural and cognitive tourism.

The following research methods were used in the process: systematic, comparative and statistical analysis.

Having studied the theoretical aspects of the development of cultural and cognitive tourism in Italy, the following conclusions can be drawn: cultural and cognitive tourism in Italy in the XXI century. is a major segment of the international tourism business market, and the development of the business tourism sector remains one of the most challenging and multifaceted challenges for any country.

Keywords: tourism, cultural and cognitive tourism, inbound tourism, tourist sites, historical and cultural heritage, tourist centers.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. История туризма: уч. пособ. Харьков: ХНАГХ, 2005. 312 с.
2. Азар В. И. Экономика и организация туризма. М.: Профиздат, 1993. 315 с.
3. Александрова А. Ю. Международный туризм: учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001. 286 с.
4. Белов В. Б. Италия в еврозоне: сложный поиск путей выхода из кризиса // В. Б. Белов / Италия в начале XXI века сборник статей по итогам конференции / отв. ред. А. В. Авилова, Ю. Д. Квашнин. М.: ИМЭМОРАН, 2015. С. 25-27.
5. Бутко И. И. Туристический бизнес: основы организации. Ростов н/Д: Феникс, 2007. 384 с.
6. Бутко И. И., Ляшко Г. И., Маркин П. П., Ситников В. А. Туризм. Безопасность в программах туров и на туристских маршрутах: пособие для студентов, специалистов туристских организаций. Ростов н/Д, 2005. 260 с.
7. Быстров С. А., Воронцова М. Г. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. СПб.: Изд. дом Герда, 2007. 464 с.
8. Воскресенский В. Ю. Международный туризм: уч. пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. 255 с.
9. Галкина Т. А., Сыроева Н. А. Италия. Природа, население, хозяйство. М.: Мысль, 1985. 243 с.
10. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности: уч. пособие. М.: Нолидж, 1996. 312 с.
11. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
12. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: Справочник. Финансы и статистика, 2000. 368 с.
13. Италия. Сер. Окно в мир. М.: ЭКОМ-ПРЕСС, 1996.
14. Е. Л. Грачева, Ю. В. Забаев, Д. К. Исаев Экономика и организация туризма. Международный туризм. М.: КНОРУС, 2005, 576 с.

15. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма: Учебник. Минск: Новое знание, 2006. 408 с.
16. Карфанья Е. Географія та туризм .Еногастрономія і туризм у світлі реформи професійного навчання в Італії. Вип. 7. 2010. С. 14-19 .
17. Квартальнов В. А. Иностраный туризм. М.: Финансы и статистика, 1999. 231 с.
18. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма. М.: Финансы и статистика, 2003. 672 с.
19. Квартальнов В. А. Туризм: Учебник. 2-е изд. перераб. М.: Финансы и статистика, 2006. 336 с.
20. Мальська М. П., Гамкало М. З., Бордун О. Ю. Туристичне країнознавство. Європа: навч. посіб. 2-е видання. К.: Центр учбової літератури, 2010. 224 с.
21. Міжнародні інвестиції. веб-сайт. URL: <https://internationalinvestment.biz/tourism/689-v-2017-godu-turisty-potratali-v-italii-rochti-40-milliardov.html> (дата звернення: 05.09.2019).
22. Міжнародні інвестиції. веб-сайт. URL: <https://internationalinvestment.biz/tourism/349-kuda-ezdili-otdyhat-italyancy-v-2017-godu.html> (дата звернення: 14.10.2019).
23. Монтекьярі А., Мотузенко О. Географія та туризм. Культура туризму еногастрономія: триєдність для розвитку італійського туризму. Вип. 7, 2010. С. 45-48
24. Николаенко Д. В. Рекреационная география: учеб. пособие для вузов. М.: ВЛАДОС, 2001. 302 с.
25. Окладникова Е. А. Международный туризм. География туристских ресурсов мира. СПб., 2002. 384 с.
26. Мальська М. П., Бордун О. Ю. Планування діяльності туристичних підприємств: навч. посіб. К.: Знання, 2005. 241 с.
27. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.




28. Организация туризма: учеб. пособие / А. П. Дурович, Г. А. Бондаренко, Т. М. Сергеева и др., 3-е изд. Минск: Новое знание, 2006. 640 с.
29. Правовое обеспечение международного туризма: Учебно- практическое пособие. К.: Кондор, 2004. 486 с.
30. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично- готельного підприємства. навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
31. Сенин В. С. Организация международного туризма: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2003. 400с.
32. Скопень М. М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посіб. К.: КОНДОР, 2005. 302 с.
33. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Вид-во Ніжин. держ. ун-у імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.
34. Справочник практической и технической информации по приему туристов в Италии для туристических агентств, №234, М.: Э.Н.И.Т. Национальное Управление Италии по туризму, 2017. 235 с.
35. Туристичне країнознавство: країни лідери туризму. навч. посіб. за ред. Любіцевої О. О. К.: Альтерпрес, 2008. 436 с.
36. Уваров В. Д., Борисов К. Г. Международные туристские организации: Справочник / В. Д. Уваров, К. Г. Борисов. - М.: Международные отношения, 1999. 288 с.
37. Усе про облік та організацію туристичної діяльності. 4-те вид., перероб. і доп. Х.: Фактор, 2007. 272 с.
38. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб. К.: Атіка, 2006. 264 с.
39. Чудновский А. Д. Управление индустрией туризма: учебное пособие/ А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. 3-е изд. М.: КНОРУС, 2006. 448 с.
40. Dati e Statistiche sullacrescita del turismo in Italia. веб-сайт.
URL: <http://www.master-aforisma.com/tourism-and-travel-evolution/turismo-in-crescita-in-italia> (дата звернення: 28.10.2019).




41. EGMUS. The European Group on Museum Statistics. веб- сайт. URL: http://www.egmus.eu/nc/en/statistics/5_most_visited_museums/show_most_visited/country/italy/ (дата звернення: 10.09.2019).
42. Indaginesul turismo internazionale. веб-сайт. URL: https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/indagine-turismo-internazionale/2018-indagine-turismo-internazionale/statistiche_ITI_11062018.pdf (дата звернення: 20.09.2019).
43. OECD (2011) OECD Studies on Tourism Italy. *Review of Issues and Policies* :веб-сайт. URL: <http://www.oecd.org/italy/oecdstudiesontourismitalyreviewofissuesandpolicies.htm> (датазвернення: 18.09.2019).
44. 20. Studi e ricerche - ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo :веб-сайт. URL: <http://www.enit.it/ru/studi-ricerche.html> (дата звернення: 17.09.2019).
45. Statistiche del turismo - Statistics Explained - European Commission. веб-сайт. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics (датазвернення: 10.10.2019).
46. Tourism after11 September:Analysis, remedialactionsand prospects. Special report №18. WTO. Madrid: 2001. веб-сайт. URL: <https://library.lincoln.ac.uk/items/83507> (дата звернення: 18.10.2019).
47. TOURISM ITALIA 2020 LEADERSHIP, WORK, SOUTH. *STRATEGIC PLAN FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN ITALY. ROME 2013*: веб-сайт. URL:https://www.tourism-eneris.com/_res/file/4088/49/0/StrategicPlanforTourism (датазвернення: 11.09.2019).
48. Turismo in Italia: consuntivo 2018 e previsioni 2019 secondo glioperatori. веб-сайт. URL: <http://centrostuditurismofirenze.it/blog/turismo-in-italia-consuntivo-2018-e-previsioni-2019-secondo-gli-operatori/> (дата звернення: 18.09.2019).
49. Yearbook of Tourism Statistics, Data 2013 2017, 2019 Edition. веб-сайт. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284420414> (дата звернення: 10.10.2019).




50. UNWTO Tourism Highlight 2013 Edition. веб-сайт. URL: http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_1r.pdf (дата звернення: 20.09.2019).
51. World Tourism Organization UNWTO. веб-сайт. URL: <http://www2.unwto.org/ru> (дата звернення: 15.09.2019).
52. World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact. *Italy 2013* :веб-сайт. URL: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/italy2013_1.pdf (дата звернення: 04.10.2019)
53. EGMUS. The European Group on Museum Statistics. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.egmus.eu/nc/en/statistics/5_most_visited_museums/show_most_visited/country/italy/ (дата звернення: 10.05.2020).
54. Indagine sul turismo internazionale. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/indagine-turismo-internazionale/2018-indagine-turismo-internazionale/statistiche_ITI_11062018.pdf (дата звернення: 20.11.2019).
55. OECD (2011) OECD Studies on Tourism Italy. Review of Issues and Policies [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.oecd.org/italy/oecd_studies_on_tourism_italy_review_of_issues_and_policies. (дата звернення: 18.03.2020).
56. Studi e ricerche - ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.enit.it/ru/studi-ricerche.html> (дата звернення: 17.04.2020).
57. TOURISM ITALIA 2020 LEADERSHIP, WORK, SOUTH. STRATEGIC PLAN FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN ITALY. ROME 2013 [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.tourism-eneris.com/_res/file/4088/49/0/Strategic_Plan_for_Tourism (дата звернення: 11.12.2019).




ДОДАТКИ




Пам'ятки ЮНЕСКО як об'єкти культурно-пізнавального туризму в Італії



Назва	Зображення	Опис об'єкту	Місцезнаходження	Час створення
СакріМонті з П'ємонту і Ломбардії		Дев'ять <i>SacriMonti</i> (Священні гори) Північної Італії - це групи каплиць та інших архітектурних об'єктів, створених наприкінці 16-го та 17-го століть і присвячених різним аспектам християнської віри. Крім свого символічного духовного значення, вони мають велику красу завдяки майстерності, з якою вони були інтегровані в навколишній природний ландшафт пагорбів, лісів та озер. Вони також містять багато важливого художнього матеріалу у вигляді настінних розписів та скульптур.	Регіони Ломбардія і П'ємонт	16-17 століття
Королівський палац 18-го століття в Казерті з парком, акведуком Ванвігеллі та комплексом Сан-Леусіо		Монументальний комплекс у Казерті, створений королем Бурбонів Карлом III у середині 18 століття, щоб конкурувати з Версалем і королівським палацом у Мадриді, є винятковим за те, як він об'єднує чудовий палац з його парком і садами, а також як природні ліси, мисливські будиночки та шовкова фабрика. Це красномовне вираження Просвітництва в матеріальній формі, інтегроване в його природне середовище, а не нав'язане.	Провінції Казерта і Беневенто, Кампанія	Середина 18-го століття
Арабсько-нормандський Палермо та соборні церкви Чефалу та Монреале		Розташований на північному узбережжі Сицилії арабсько-нормандський Палермо включає серію з дев'яти цивільних і релігійних споруд, що датуються епохою нормандського королівства Сицилія (1130-1194): два палаци, три церкви, собор, міст, а також собори Чефалу і Монреале. Разом вони є прикладом соціально-культурного синкретизму між західною, ісламською та візантійською культурами на острові, що породило нові концепції простору, структури та оздоблення. Вони також свідчать про плідне співіснування людей різного походження та віросповідання (мусульман, візантійців, латинців, євреїв, лангобардів та французів).	Регіони: Палермо , Сицилія	11-13 століття



<p>Археологічний район і патріарша базиліка Аквілеї</p>		<p>Аквілея (у Фріулі-Венеції-Джулії), одне з найбільших і найбагатших міст Ранньої Римської імперії, була зруйнована Аттілою в середині V століття. Більша частина досі лежить нерозкопаною під полями, і як така вона становить найбільший археологічний заповідник у своєму роді. Патріарша базиліка, видатна будівля з винятковою мозаїчною бруківкою, відіграла ключову роль у євангелізації великого регіону Центральної Європи.</p>	<p>Провінція Удіне, регіон Фріулі-Венеція-Джулія</p>	<p>5 століття</p>
<p>Археологічний район Агрідженто</p>		<p>Заснований як грецька колонія в 6 столітті до нашої ери, Агрідженто став одним з провідних міст середземноморського світу. Його першість і гордість демонструють залишки чудових доричних храмів, які домінують над стародавнім містом, значна частина якого все ще лежить неушкодженою під нинішніми полями та садами. Вибрані місця розкопок проливають світло на пізніші елліністичні та римські міста та поховання його ранніх християн.</p>	<p>Провінція Агрідженто, Сицилія</p>	<p>6 століття до н.е.</p>
<p>Археологічні райони Помпеї, Геркуланума та ТорреАннунціата</p>		<p>Коли 24 серпня 79 року нашої ери вивергався Везувій, він охопив два квітучих римських міста Помпеї і Геркуланум, а також численні багаті вілли в цьому районі. З середини 18 століття їх поступово розкопували і стали доступними для громадськості. Величезна площа комерційного міста Помпеї контрастує з меншими, але краще збереженими залишками курорту Геркуланум, а чудові настінні розписи вілли Оплонтіс у ТорреАннунціата створюють яскраве враження про розкішний спосіб життя, яким насолоджуються багатші громадяни часів Ранньої Римської імперії.</p>	<p>Провінція Неаполь, Кампанія</p>	<p>829</p>




<p>Ассізі, базиліка Сан-Франциска та інші місця францисканці в</p>		<p>Ассізі, середньовічне місто, побудоване на пагорбі, є місцем народження Святого Франциска, тісно пов'язаного з діяльністю францисканського ордену. Його шедеври середньовічного мистецтва, такі як базиліка Сан-Франческо та картини Чімабуе, П'єтроЛоренцетті, Сімоні Мартіні та Джотто, зробили Ассізі фундаментальним орієнтиром для розвитку італійського та європейського мистецтва та архітектури.</p>	<p>Умбрія</p>	<p>990</p>
<p>Ботанічний сад (OrtoBotanico),</p>		<p>Перший у світі ботанічний сад був створений в Падуї в 1545 році. Він і досі зберіг своє первісне планування – круглу центральну ділянку, що символізує світ, оточений кільцем води. Пізніше були додані інші елементи, деякі архітектурні (декоративні входи та балюстради) та практичні (насосні установки та теплиці). Він продовжує виконувати своє початкове призначення як центр наукових досліджень.</p>	<p>Місто та провінція Падуя, регіон Венето,</p>	<p>1545</p>
<p>Кастель-дель-Монте</p>		<p>Коли імператор Фрідріх II побудував цей замок поблизу Барі в 13 столітті, він наділив його символічним значенням, що відображено в місці розташування, математичній та астрономічній точності планування та ідеально правильній формі. Унікальний об'єкт середньовічної військової архітектури, Кастель-дель-Монте – це вдале поєднання елементів класичної античності, ісламського Сходу та північноєвропейської цистерціанської готики.</p>	<p>Комуни Андрія і Корато, провінція Барі, регіон Апулія</p>	<p>13ст.</p>
<p>Собор, ТорреЧивіка та Пьяцца Гранде, Модена</p>		<p>Чудовий собор 12-го століття в Модені, робота двох великих художників (Ланфранко і Вілігельма), є чудовим зразком раннього романського мистецтва. Своєю площею та високою вежею він свідчить про віру його будівельників і силу династії Каносса, яка його замовила.</p>	<p>Місто та провінціяМодена, регіонЕмілія-Романья</p>	<p>12 ст.</p>


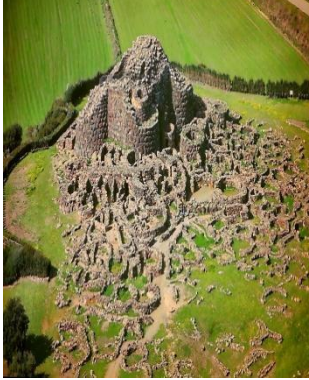

<p>Церква та домініканський монастир Санта-Марія делле Граціє з «Таємною вечерю» Леонардо да Вінчі</p>		<p>Трапезна монастиря Санта-Марія делле Граціє є невід'ємною частиною цього архітектурного комплексу, розпочатого в Мілані в 1463 році і переробленого в кінці 15 століття Браманте. На північній стіні — «Таємна вечеря» — неперевершений шедевр, написаний Леонардо да Вінчі між 1495 і 1497 роками, робота якого мала сповістити нову еру в історії мистецтва.</p>	<p>Провінція Мілан, Ломбардія</p>	<p>1463</p>
<p>Місто Віченца і Палладіанські вілли Венето</p>		<p>Заснована в 2 столітті до нашої ери на півночі Італії, Віченца процвітала під владою Венеції з початку 15-го до кінця 18-го століття. Неповторний вигляд місту надає творчість Андреа Палладіо (1508–80), заснована на детальному вивченні класичної римської архітектури. Міські будівлі Палладіо, а також його вілли, розкидані по всьому регіону Венето, мали вирішальний вплив на розвиток архітектури. Його роботи надихнули особливий архітектурний стиль, відомий як палладіанський, який поширився в Англії та інших європейських країнах, а також у Північній Америці.</p>	<p>Провінції Падуя, Ровіго, Тревізо, Венеція, Верона і Віченца, регіон Венето</p>	<p>2 ст. до н.е.</p>
<p>Феррара, місто епохи Відродження, і його дельта По</p>		<p>Феррара, яка виросла навколо броду через річку По, стала інтелектуальним і мистецьким центром, який приваблював найбільші уми італійського Відродження в 15-16 століттях. Тут П'єро делла Франческа, Якопо Белліні та Андреа Мантенья прикрашали палаци Будинку Есте. Гуманістична концепція «ідеального міста» ожила тут, у кварталах, побудованих з 1492 року Бьяджо Россетті за новими принципами перспективи. Завершення цього проекту ознаменувало народження сучасного містобудування та вплинуло на його подальший розвиток.</p>	<p>Місто та провінція Феррара, регіон Емілія-Романья</p>	<p>15-16 ст.</p>




<p>Міста пізнього бароко Валь ді Ното</p>		<p>Вісім міст у південно-східній Сицилії: Кальтаджіроне, Мілітелло-Валь-ді-Катанія, Катанія, Модіка, Ното, Палаццоло, Рагуза та Сіклі, усі були відновлені після 1693 року на або поруч із містами, що існували під час землетрусу, який стався того року. . Вони являють собою значне колективне починання, успішно здійснене на високому рівні архітектурно-мистецьких досягнень. Дотримуючись тогочасного стилю пізнього бароко, вони також відображають характерні інновації в містобудуванні та міському будівництві.</p>	<p>Провінції Катанія, Рагуза та Сіракузи, Сицилія</p>	<p>1693</p>
<p>Вілли та сади Медічі в Тоскані</p>		<p>Дванадцять вілл і два сади, розкидані по тосканському ландшафту, складають це місце, яке свідчить про вплив родини Медічі на сучасну європейську культуру завдяки своєму заступництву мистецтву. Побудовані між 15 і 17 століттями, вони представляють собою інноваційну систему будівництва в гармонії з природою та присвячену відпочинку, мистецтву та знанням. Вілли втілюють новаторську форму та функцію, новий тип княжої резиденції, що відрізнявся як від ферм багатих флорентійців того періоду, так і від військової могутності баронських замків. Вілли Медічі є першим прикладом зв'язку між архітектурою, садами та навколишнім середовищем і стали постійним орієнтиром для княжих резиденцій по всій Італії та Європі.</p>	<p>Провінції: Прато, Флоренція Регіон: Тоскана</p>	<p>15-17ст.</p>
<p>Пьяцца дельДуомо, Піза</p>		<p>На площі Пьяцца-дель-Дуомо, що стоїть на великому зеленому просторі, знаходиться група пам'ятників, відомих у всьому світі. Ці чотири шедеври середньовічної архітектури – собор, баптистерій, колокольня («Пізанська вежа») і цвинтар – мали великий вплив на монументальне мистецтво Італії з 11 по 14 століття.</p>	<p>Місто та провінція Піза, Тоскана</p>	<p>11-14ст.</p>

<p>Мантуя і Сабб'юнета</p>		<p>Мантуя і Сабб'юнета представляють два аспекти ренесансного містобудування: Мантуя показує оновлення та розширення існуючого міста, тоді як приблизно в 30 км від нього Сабб'юнета представляє реалізацію теорій того періоду щодо планування ідеального міста. Як правило, планування Мантуї неправильне з регулярними частинами, які показують різні етапи її зростання з римського періоду і включає багато історичних будівель, серед яких ротонда 11 століття і театр у стилі бароко. Сабб'юнету, створену в другій половині 16 століття за правління Веспасіано Гонзага Колонни, можна охарактеризувати як одноперіодне місто і має сітку під прямим кутом. Обидва міста пропонують виняткові свідчення про урбаністичні, архітектурні та художні втілення епохи Відродження, пов'язані через бачення та дії правлячої родини Гонзага. Ці два міста мають важливе значення завдяки своїй архітектурі та видатній ролі у поширенні культури Відродження. У морфології та архітектурі міст присутні ідеали Відродження, які виховала родина Гонзага.</p>	<p>Ломбардія</p>	<p>XI — XVI століття</p>
<p>Фрескові цикли Падуї XIV століття</p>		<p>Ця нерухомість складається з восьми релігійних і світських будівельних комплексів в межах історичного міста Падуя, обнесених стінами, в яких зберігається добірка циклів фресок, написаних між 1302 і 1397 роками різними художниками для різних типів покровителів і в будівлях різного призначення. Тим не менш, фрески зберігають єдність стилю та змісту. Серед них цикл фресок Джотто Каплиці Скровеньї, який вважається початком революційного розвитку в історії настінного живопису, а також інші цикли фресок різних художників, а саме Гуарієнто ді Арпо, Джусто де Менабуої, Альтік'єро да Зевіо, Якопо. Аванці і Якопо да Верона.</p>	<p>Падуя</p>	<p>1302-1397</p>

<p>Портики Болоньї</p>		<p>Серійна власність складається з дванадцяти складових частин, що складаються з ансамблів портиків та прилеглих до них забудов, розташованих у муніципалітеті Болоньї з 12 століття по теперішній час. Ці ансамблі портиків вважаються найпредставнішими серед портиків міста, загальна протяжність яких становить 62 км. Деякі портики побудовані з дерева, інші з каменю чи цегли, а також із залізобетону, перекриваючи дороги, площі, доріжки та пішохідні доріжки з одного або обох боків вулиці. Власність включає будівлі з портиками, які не утворюють структурного континууму з іншими будівлями і, отже, не є частиною комплексної критої доріжки або проходу. Портики цінуються як захищені доріжки та найкращі місця для торгової діяльності. У 20 столітті, використання бетону дозволило замінити традиційні склепінчасті аркади новими будівельними можливостями, і з'явилася нова архітектурна мова для портиків, як приклад у районі Барка. Разом вибрані портики відображають різні типології, міські та соціальні функції та хронологічні фази. Визначені як приватна власність для громадського користування, портики стали виразом і елементом міської ідентичності Болоньї.</p>	<p>Болонья</p>	<p>11 ст.</p>
<p>Виноградник П'ємонту: Ланге-Реро та Монферрато</p>		<p>Цей ландшафт охоплює п'ять окремих виноробних районів з видатними ландшафтами та замок Кавур, символічну назву як у розвитку виноградників, так і в історії Італії. Він розташований у південній частині П'ємонту, між річкою По та Лігурійськими Апеннінами, і охоплює весь спектр технічних та економічних процесів, пов'язаних із виноградарством і виноробством, які характеризували регіон протягом століть. Пилок винограду був знайдений у цьому районі з V століття до нашої ери, коли П'ємонт був місцем контакту та торгівлі між етрусками та кельтами; Етруські та кельтські слова, особливо пов'язані з вином, все ще зустрічаються в місцевому діалекті. За часів Римської імперії Пліній Старший згадує регіон П'ємонт як один з найбільш сприятливих для вирощування винограду в Стародавній Італії;</p>	<p>Регіони: П'ємонт, Ломбардія</p>	<p>5 ст.дон.е</p>

<p>Портовенере, Чінкве-Терре та острови (Пальмарія, Тіно і Тінетто)</p>		<p>Лігурійське узбережжя між Чінкве-Терре і Портовенере є культурним ландшафтом великої мальовничої та культурної цінності. Планування та розташування невеликих міст та формування навколишнього ландшафту, подолання недоліків крутого, нерівного рельєфу, інкапсулюють безперервну історію поселення людей у цьому регіоні протягом останнього тисячоліття.</p>	<p>Провінція Спеція, регіон Лігурія</p>	<p>-</p>
<p>Сассі та парк Рупестрійських церков Матери</p>		<p>Це найвидатніший, неушкоджений зразок поселення троглодитів у Середземноморському регіоні, ідеально пристосованого до його місцевості та екосистеми. Перша населена зона датується епохою палеоліту, а пізніші поселення ілюструють ряд значущих етапів в історії людства. Матера знаходиться в південному регіоні Базиліката.</p>	<p>Місто та провінція Матера, регіон Базиліката</p>	
<p>Ретська залізниця в ландшафтах Альбула / Берніна</p>		<p>Ретська залізниця в ландшафтах Альбула/Берніна об'єднує дві історичні залізничні лінії, які перетинають швейцарські Альпи через два перевали. Відкрита в 1904 році лінія Альбула в північно-західній частині володіння має довжину 67 км. Він має вражаючий набір конструкцій, включаючи 42 тунелі та криті галереї та 144 віадуки та мости. Лінія перевалу Берніна довжиною 61 км включає 13 тунелів і галерей і 52 віадуки і мости. Ця нерухомість є прикладом використання залізниці для подолання ізоляції поселень у Центральних Альпах на початку 20-го століття, що має значний і тривалий соціально-економічний вплив на життя в горах. Він утворює видатний технічний, архітектурний та екологічний ансамбль і втілює досягнення архітектури та будівництва в гармонії з ландшафтами, через які вони проходять.</p>	<p>Ломбардія (спільно зі Швейцарією)</p>	<p>1904</p>

<p>Генуя: LeStradeNuove і система ПалаццідеіРоллі</p>		<p>StradeNuove і система ПалаццідеіРоллі в історичному центрі Генуї даються кінцем 16-го і початком 17-го століть, коли Республіка Генуя була на піку своєї фінансової та морської могутності. Цей сайт являє собою перший в Європі приклад міського проекту, розділеного державною владою в унітарних рамках і пов'язаного з певною системою «громадського житла» в приватних резиденціях, згідно з постановою Сенату в 1576 році. Сайт містить ансамбль палаців ренесансу та бароко вздовж так званих «нових вулиць» (StradeNuove). PalazzideiRolli пропонує надзвичайну різноманітність різноманітних рішень, досягаючи універсальної цінності в адаптації до особливих характеристик об'єкта та до вимог конкретної соціальної та економічної організації.</p>	<p>Область Лігурія, провінція Генуя</p>	<p>16-17ст.</p>
<p>Су Нураксі ді Баруміні</p>		<p>Наприкінці 2 тисячоліття до нашої ери, у бронзовому столітті, на острові Сардинія виник особливий тип оборонної споруди, відомий як нурагі (якому немає аналогів більше ніде в світі). Комплекс складається з круглих оборонних веж у вигляді усічених конусів, збудованих з обробленого каменю, з консольними склепінчастими внутрішніми камерами. Комплекс в Баруміні, який був розширений і зміцнений в першій половині 1-го тисячоліття під тиском Карфагена, є найкращим і найповнішим прикладом цієї чудової форми доісторичної архітектури.</p>	<p>Провінція МедіоКампідано, Сардинія</p>	<p>2000 р. до н. е.</p>
<p>ІзольЕолі (Ліпарські острови)</p>		<p>На Еолійських островах є видатні записи вулканічного будівництва та руйнування островів, а також поточних вулканічних явищ. Острови, що вивчалися принаймні з 18 століття, дали науці вулканології приклади двох типів вивержень (вулканського і стромбольського) і, таким чином, займали чільне місце в освіті геологів протягом понад 200 років. Сайт продовжує збагачувати сферу вулканології.</p>	<p>Середземне море - Південне Тірренське море</p>	<p>Плейстоцен — Голоцен</p>

<p>Монте Сан Джорджіо</p>		<p>Лісиста гора Монте-Сан-Джорджіо у формі піраміди біля озера Лугано вважається найкращою пам'яткою морського життя тріасового періоду (245–230 мільйонів років тому). Послідовність записує життя в середовищі тропічної лагуни, захищеної та частково відділеної від відкритого моря морським рифом. У цій лагуні процвітало різноманітне морське життя, зокрема рептилії, риби, двостулкові молоски, амоніти, голкошкіри та ракоподібні. Оскільки лагуна була поблизу суші, залишки також містять наземні скам'янілості рептилій, комах і рослин, що призвело до надзвичайно багатого джерела скам'янілостей.</p>	<p>спільно зі Швейцарією</p>	<p>245–230 мільйонів років тому</p>
<p>Вулкан Етна</p>		<p>Вулкан Етна - це культове місце, що охоплює 19 237 безлюдних гектарів на найвищій частині гори Етна, на східному узбережжі Сицилії. Етна - найвища острівна гора Середземного моря і найактивніший стратовулкан у світі. Історію виверження вулкана можна простежити на 500 000 років, і задокументовано принаймні 2700 років цієї діяльності. Майже безперервна виверження вулкана Етна продовжує впливати на вулканологію, геофізику та інші науки про Землю. Вулкан також підтримує важливі наземні екосистеми, включаючи ендемічну флору та фауну, а його діяльність робить його природною лабораторією для вивчення екологічних та біологічних процесів. Різноманітний і доступний спектр вулканічних об'єктів, таких як вершинні кратери, шлакові конуси,</p>	<p>Найближче місто: Катанія Провінція: Катанія Регіон: Сицилія</p>	
<p>Доломітові Альпи</p>		<p>Місцевість Доломітових Альп складається з гірського хребта в північних італійських Альпах, який налічує 18 вершин, які піднімаються вище 3000 метрів і займають 141 903 га. Тут представлені одні з найкрасивіших гірських ландшафтів з вертикальними стінами, стрімкими скелями та високою щільністю вузьких, глибоких і довгих долин. Серійна властивість дев'яти областей, які представляють різноманітність вражаючих ландшафтів міжнародного значення для геоморфології, позначених шпильями, вершинами та скельними стінами, також містить льодовикові форми рельєфу та карстові системи. Для нього характерні динамічні процеси з частими зсувами, повеннями та лавинами. На території закладу також є один із найкращих прикладів збереження мезозойських карбонатних платформних систем із літописами скам'янілостей.</p>	<p>Венето, Трентіно-Альто-Адідже</p>	

