

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**  
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Дудник І.М.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА**  
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

на тему:

**«Структурно-динамічний аналіз національної  
туристичної системи Італії»**

Виконавець: здобувач вищої освіти 4 курсу групи Т-413 **Шапіро Анастасія  
Русланівна**

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та  
країнознавства **Мархонос Світлана Миколаївна**

Нормоконтролер: \_\_\_\_\_ **Борисюк Оксана Анатоліївна**  
(підпис) (П.І.Б.)

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин  
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства  
Спеціальність: 242 «Туризм»  
ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ Дудник І.М.  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р.

## ЗАВДАННЯ

на виконання дипломної роботи

Шапіро Анастасія Русланівна

(П.І.Б. випускника)

1. Тема роботи «Структурно-динамічний аналіз національної туристичної системи Італії» затверджена наказом ректора № 400/ст від «19» квітня 2022 р.

2. Термін виконання роботи: з «16» травня 2022 р. по «19» червня 2022 р.

3. Вихідні дані роботи: дані про виїзні та внутрішні туристичні потоки Італії, структурно-функціональні та динамічні параметри національної туристичної системи Італії.

4. Зміст пояснювальної записки:

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ  
НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

РОЗДІЛ 2. ПАРАМЕТРИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ІТАЛІЇ

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ІТАЛІЇ

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Таблиця 1.1. Підходи до визначення поняття «туристична система». Рис.1.1. Основні

атрибути національної туристичної системи. Рис.1.2. Механізм реалізації національної туристичної політики. Рис.1.3. Структурні компоненти національної туристичної системи. Рис.1.4. Суб'єкти національної туристичної системи. Рис.1.5. Сфери національної туристичної системи. Рис.1.6. Етапи дослідження національної туристичної системи. Рис.2.1. Карта Італії. Рис.2.2. Компоненти національної туристичної системи Італії. Рис.2.3. Структура Індексу конкурентоспроможності подорожей та туризму (ТТСІ) Італії в 2020 році Рис.2.4. Туристичний розвиток регіонів Італії в 2020 році. Рис.2.5. Динаміка кількості туристів, що відвідали Італію, за 2011-2020 рр. Рис.2.6. Загальний внесок туризму до ВВП Італії за 2011-2020 рр. Рис.2.7. Динаміка кількості готелів в Італії за 2011-2020 рр.

#### 6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	02.05- 06.05 2022 р.	Виконано
2	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	07.05-08.05 2022 р.	Виконано
3	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ дослідження національної туристичної системи. Написати перший розділ.	09.05-15.05 2022 р.	Виконано
4	Проаналізувати національну туристичну систему Італії. Написати другий розділ роботи.	16.05- 25.05 2022 р.	Виконано
5	Виявити основні проблеми та перспективи розвитку національної туристичної системи Італії. Написати третій розділ роботи та висновки.	26.05- 31.05 2022 р.	Виконано
6	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки.	01.06-05.06 2022 р.	Виконано
7	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	06.06- 09.06 2022 р.	Виконано
8	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	10.06-12.06 2022 р.	Виконано
9	Захист дипломної роботи.	15.06.2022 р.	

7. Дата видачі завдання: «02» травня 2022р.

Керівник дипломної роботи: \_\_\_\_\_  
(підпис керівника)

Мархонос С.М.  
(П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання: \_\_\_\_\_  
(підпис випускника)

Шапіро А.Р.  
(П.І.Б.)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Структурно-динамічний аналіз національної туристичної системи Італії»: 62 с., 16 рис., 1 табл., 51 літературне джерело, 2 додатки.

**Об'єкт** дослідження: національна туристична система Італії.

**Предмет** – структурно-функціональні та динамічні характеристики національної туристичної системи Італії.

**Мета роботи:** комплексне дослідження національної туристичної системи Італії для виявлення перспективних напрямків її розвитку.

**Методи дослідження:** системного аналізу та синтезу, порівняльного аналізу, хронологічний, структурно-функціональний, прогнозування та побудови графічних моделей, аналізу статистичних даних, а також методи групування, абстрагування та узагальнення.

Результати бакалаврської роботи можуть бути використані для подальшого вивчення національної туристичної системи Італії та перейняття досвіду для розвитку туристичної системи України. Результати дослідження можна використовувати як навчальний матеріал.

НАЦІОНАЛЬНА ТУРИСТИЧНА СИСТЕМА, ІТАЛІЯ, ТУРИЗМ, ВХІДНІ ПОТОКИ, ВИХІДНІ ПОТОКИ, СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ПАРАМЕТРИ, ДИНАМІЧНІ ПАРАМЕТРИ.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ.....	6
1.1 Поняття національної туристичної системи .....	6
1.2 Структура національної туристичної системи.....	12
1.3 Методичні засади дослідження національної туристичної системи ...	18
РОЗДІЛ 2. ПАРАМЕТРИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ІТАЛІЇ .....	23
2.1 Загальна характеристика національної туристичної системи Італії ....	23
2.2 Структурно-функціональні параметри національної туристичної системи Італії.....	30
2.3 Динамічні параметри національної туристичної системи Італії.....	33
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ІТАЛІЇ .....	39
3.1. Проблеми національної туристичної системи Італії .....	39
3.2 Напрями вирішення проблем національної туристичної системи Італії .....	44
3.3 Перспективи розвитку національної туристичної системи Італії .....	47
ВИСНОВКИ .....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	55
ДОДАТКИ .....	61

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Участь держави у світовій економічній системі підштовхує її до необхідності вирішення питань підвищення конкурентоспроможності. Це, у свою чергу, обумовлює використання новітніх технологій та інструментів для формування позитивного іміджу країни, одним з яких виступає національна туристична система. Висока потреба в управлінні національною туристичною системою визначається сучасними трендами запровадження системи показників ефективності з метою підвищення її впізнаваності та популярності.

У даному контексті актуалізуються питання ефективного управління національною туристичною системою, оскільки вона виступає динамічним конструктором, який потребує постійного контролю, необхідне серйозне обґрунтування розробки та впровадження системи показників оцінки ефективності управління національною туристичною системою. В основу сучасних моделей формування національної туристичної системи закладається філософія діяльності держави, яка визначає стратегічну політику створення національного іміджу, що актуально для популяризації досягнень країни.

Завдяки своєму унікальному силуету Італія є найбільш впізнаваною країною на географічній карті. Актуальність дослідження полягає в тому, що Італія вважається однією з найстаріших країн, а тому має багатий досвід прийому іноземних туристів. Найширша історія Італії, що складалася з безлічі етапів, багатих архітектурними шедеврами, витворами мистецтва та літератури, що відрізняються своєю розвиненістю у всіх сферах життя суспільства, є чи не основною причиною відвідування туристами цієї країни. В останні роки, до глобальної пандемії, Італія входила в топ-10 за в'їзним туризмом (близько 45 мільйонів відвідувань на рік), пропонуючи можливості для майже всіх видів подорожей протягом року.

**Мета і завдання дипломної роботи.** Мета – комплексне дослідження національної туристичної системи Італії для виявлення перспективних напрямків її розвитку.

Завдання:

- дослідити поняття національної туристичної системи;
- охарактеризувати структуру національної туристичної системи;
- виділити методичні засади дослідження національної туристичної системи;
- надати загальну характеристика національної туристичної системи Італії;
- охарактеризувати структурно-функціональні параметри національної туристичної системи Італії;
- охарактеризувати динамічні параметри національної туристичної системи Італії;
- узагальнити проблеми національної туристичної системи Італії;
- запропонувати напрями вирішення проблем національної туристичної системи Італії;
- виділити перспективи розвитку національної туристичної системи Італії.

**Формулювання об'єкта і предмета дослідження.** **Об'єкт** – національна туристична система Італії. **Предмет** – структурно-функціональні та динамічні характеристики національної туристичної системи Італії.

**Методи дослідження.** В роботі використані наступні методи: порівняння та аналізу, узагальнення та наукової абстракції – для розкриття сутності національної туристичної системи, виділення її особливостей, графічного представлення – для наочності результатів дослідження. Для аналізу структури та динаміки національної туристичної системи буде використаний узагальнений підхід. Проблеми структурно-динамічного аналізу національної туристичної системи будуть розглянуті з позицій системного підходу.

Інформаційними джерелами при написанні роботи були досліджені праці вітчизняних та італійських вчених, статистичні дані, Інтернет-ресурси італійських національних туристичних сайтів.

**Наукова новизна отриманих результатів.** Наукова новизна дослідження полягає у аналізі та узагальненні статистичних, теоретичних та практичних даних офіційних іноземних джерел щодо розвитку національної туристичної системи Італії, її елементів, проблем та перспектив розвитку.

**Практичне значення отриманих результатів.** Матеріали проведеного дослідження стануть у нагоді для подальшого вивчення національної туристичної системи Італії та перейняття досвіду для розвитку туристичної системи України. Результати дослідження можна використовувати як навчальний матеріал.



# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

## 1.1 Поняття національної туристичної системи

З розвитком наукових знань про туризм, він розглядається як системний об'єкт, а вивчення різних систем здійснюється в рамках системного аналізу, який по суті є вивченням будь-якої сфери життя або діяльності людини як окремої системи. Використання системного підходу є не тільки бажаним, але й обов'язковим при вивченні туризму як складної системи. Цей метод ефективний при вивченні проблем управління туризмом на різних рівнях (особливо національному). Системний підхід визначає шляхи, форми та наслідки взаємодії туристичних систем на будь-якому рівні.

Системний підхід у сфері туристичних досліджень дозволяє розкрити важливі аспекти існуючих систем, характеризуючи їх розвиток і напрями вдосконалення. Використовуючи системний підхід, слід мати на увазі, що:

- система – це не звичайний прикладний об'єкт, а особлива стратегія мислення, що передбачає здатність до узагальнення, абстрагування та моделювання [1, с.132];
- система – це, образно кажучи, двоповерхова конструкція: По першому поверху дослідник переміщається по площині, представленій структурою системи, по-іншому – в рамках свого дослідження предмета, враховуючи всі його характеристики [2, с.271].

Наукова література містить понад 40 формулювань понять «системи». При цьому розрізняють два основних способи її визначення:

- 1) зазначення її цілісності як суттєвої характеристики будь-якої системи;
- 2) розуміння системи як сукупності елементів і зв'язків між ними.

Поняття «система» сьогодні має надзвичайно широкий спектр застосування. Майже кожен об'єкт знання можна розглядати як систему. Не є винятком і складні соціально-економічні поняття на кшталт «туризм».

Підходи до визначення поняття «туристична система» наведено в табл.1.1.

Таблиця 1.1

Підходи до визначення поняття «туристична система»

Автор	Підхід
А.А. Мазаракі	Система з 5 підсистемами: туристи, рух, атракція, об'єкти та управління інформацією
О.В. Максютова	Складна система соціального управління (часткової автономії), центральною підсистемою якої є суб'єкт туризму, а цільовою функцією є найбільш повне задоволення його потреб
В.В. Шиманська	Система з основними елементами: туристи, туризм, географічні елементи, які взаємопов'язані
А.Г. Охріменко	Територія, що генерує туристичні потоки, як ринок
С.В. Маловичко	Модель побудови туристичного простору на території області на основі можливості найбільш раціонального використання природних та історико-культурних ресурсів регіонального туризму

Джерело: [3-7]

Таким чином, туристичну систему можна визначити як сукупність елементів і видів діяльності, які безпосередньо чи опосередковано беруть участь у задоволенні численних потреб туристів, які розвиваються, ускладнюються, набувають нових контурів. Мета туристичної системи може бути визначена як створення середовища, яке забезпечує розвиток сталого, відповідального, доступного та конкурентоспроможного туризму, створює умови для високої якості життя та прогресу людини, а також задовольняє потреби туристів в дозвіллі, відпочинку та оздоровленні. Крім того, метою туристичної системи є досягнення екологічних, культурних та інших цілей поряд із соціальними та економічними цілями, які впливають із покращення соціальних відносин у міжнародному співтоваристві.

В контексті даної теми слід розглядати саме національну туристичну систему, що являє собою сукупність взаємопов'язаних галузей і виробництв у національному господарстві. За загальним визначенням національну туристичну систему можна охарактеризувати як складну, частково автономну соціально-економічну систему в межах однієї країни. Вона має певні історичні, географічні,

етнічні, духовні, політичні та економічні межі і є поєднанням природної, культурної, історичної, інфраструктурної, організаційної та технологічної складових, суб'єктів ринку та регіональних спільнот, які виробляють і продають товари для споживання туристами.

Основні атрибути національної туристичної системи наведені на рис.1.1.

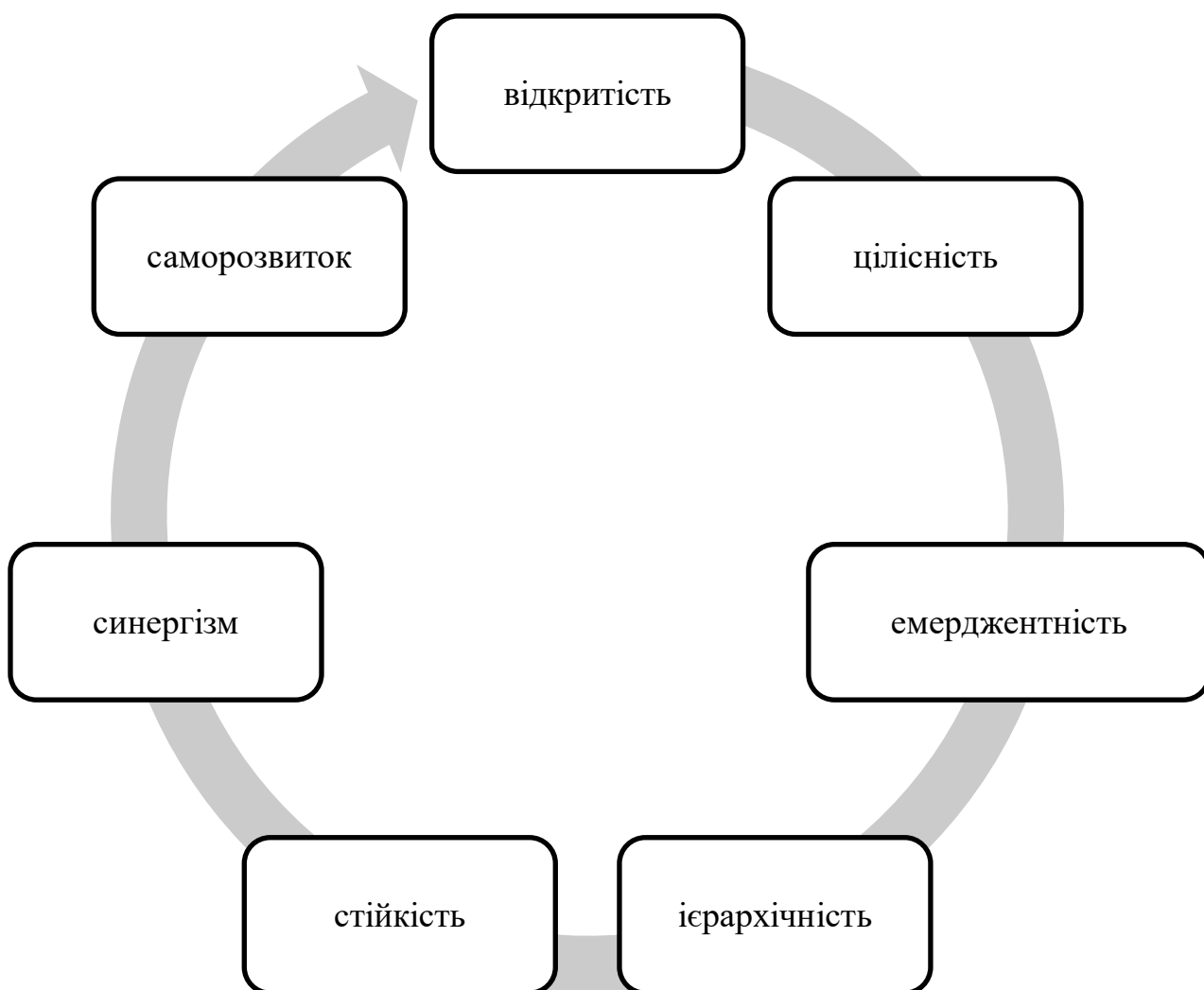


Рис.1.1. Основні атрибути національної туристичної системи

Джерело: [8, с.68]

Основними атрибутами національної туристичної системи є її відкритість, цілісність, емерджентність, ієрархічність, стійкість та синергізм. Варто розглянути їх детальніше:

- система туризму – це відкрита система, яка взаємодіє з різними зовнішніми системами, пов'язує елементи туристичної системи з елементами цих систем, обмінюється з ними ресурсами та інформацією;
- цілісність туристичної системи означає, що в процесі її функціонування внутрішній зв'язок (простір та час, причинно-наслідковий зв'язок) між її елементами вищий за міцність зв'язку між елементами системи і зовнішнім середовищем [3, с.13];
- емерджентність – у міру розвитку відносин між елементами система набуває нових властивостей, не властивих окремим елементам;
- ієрархічність – туристичні системи можна розглядати як компоненти певних (соціальних, економічних) систем на вищих рівнях, а елементи туристичних систем можна розглядати як системи нижчого рівня;
- стійкість – це здатність системи реагувати на зовнішні впливи та загрози навколишнього середовища (непередбачувані техногенні катастрофи, природні катаклізми тощо), адаптувати поведінку до нових умов, підтримувати або змінювати структури, коли їх окремі елементи зникають [8, с.68];
- синергізм – загальна функція системи краще, ніж комбінація всіх її складових елементів окремо, а сукупний ефект перевищує просту суму ефектів усіх її елементів.

Окрім цього система туризму має ознаки саморозвитку. Саморозвиток означає існування механізмів, які забезпечують захист і вдосконалення системи. До цих механізмів належать: самоорганізація, самоуправління та цілепокладання. Зупинимось на них детальніше:

- самоорганізація – це процес створення зв'язків і призначення функціональності між елементами системи;
- самоконтроль проявляється у взаємодії різних частин системи, призначених для використання зворотного зв'язку для виконання керуючих дій і сприяти самозбереженню системи;

- цілепокладання передбачає формулювання і вибір функціональних цілей, розробку напрямків реалізації системи, узгодження цілей для її складових підсистем [4, с.235].

Управління туризмом на національному рівні носить переважно інституційний характер. Цей рівень суб'єктів господарювання створює законодавчі та нормативні умови для розвитку туризму та різних його складових. Тут визначаються пріоритетні галузі туризму та створюються сприятливі умови для їх розвитку:

- бюджетне фінансування;
- податкові пільги;
- програми зайнятості;
- інвестиції в інфраструктурні проекти;
- міжнародне співробітництво та представництво [9, с.67].

Для пріоритетної галузі, а саме туризму, на цьому рівні формуються стратегії розвитку, включаючи функціональні стратегії та плани окремих сфер. Національна туристична політика безпосередньо пов'язана з цілеспрямованою підтримкою розвитку туристичних об'єктів з найбільшим потенціалом, оскільки саме туристичний продукт є основою для організації в'їзного міжнародного та внутрішнього туризму в країні.

Ефективне використання туристичного потенціалу країни, безумовно, вимагатиме активних та узгоджених дій національних та місцевих органів влади щодо розвитку туристичного продукту. Водночас слід зазначити, що механізм реалізації національної туристичної політики включає (рис.1.2):

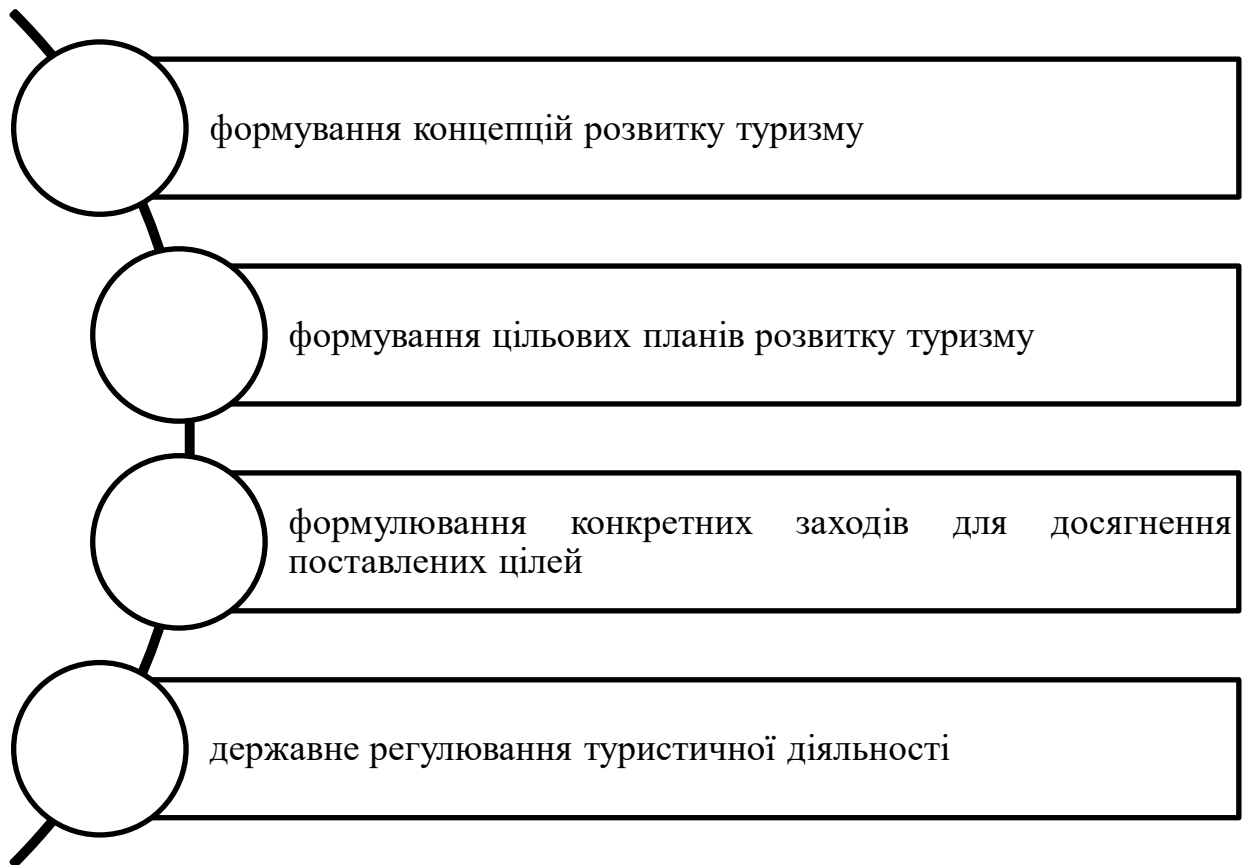


Рис.1.2. Механізм реалізації національної туристичної політики

Джерело: [10, с.99]

Перші два елементи відображають стратегію туристичної політики, а саме основні цілі, загальний напрямок прикладних зусиль та використання коштів для досягнення цілей. Третій і четвертий елементи механізму реалізації національної туристичної політики мають тактичний характер і призначені для вирішення конкретних питань і ситуацій, що виникають під час реалізації стратегічних планів (фактичної специфікації запланованих заходів).

Таким чином, ефективний організаційно-економічний механізм розвитку національної туристичної системи може в повній мірі реалізувати поставлені перед ним цілі та завдання, а також сприяти реалізації соціально-економічної місії розвитку національної економіки. Розвиток національної туристичної системи дозволить створити сучасну, ефективну та конкурентоспроможну туристичну галузь, яка, з одного боку, надає широкі можливості для задоволення

потреб вітчизняних та іноземних громадян, а з іншого боку, для розвитку національної економіки.

## **1.2 Структура національної туристичної системи**

Функціональність національної туристичної системи виражається у виконанні її властивостей у заданій сукупності відносин і зв'язків і є способом поведінки системи. Система національної туристичної системи функціонує на основі протиріч, конкуренції, різноманітних форм діяльності та можливостей саморозвитку. Функції структури національної туристичної системи забезпечуються зв'язками між елементами. Зміст відносин у національній туристичній системі — це суспільні відносини, які виникають, змінюються та припиняються внаслідок різноманітних матеріальних і нематеріальних благ, які люди споживають, покидаючи звичне середовище та пов'язані з організацією туристичних поїздок.

Структура національної туристичної системи розуміється як сукупність елементів і стійких взаємозв'язків між ними, що забезпечують її цілісність і збалансованість, виходячи з цілей і функцій системи [11, с.29]. Національна туристична система — це закономірно взаємодіюча та взаємозалежна сукупність автономних елементів, діяльність яких спрямована на досягнення певних цілей. При поєднанні ці елементи утворюють підсистеми національної туристичної системи. Для найбільш повного характеру національної туристичної системи виділимо чотири її структурні компоненти, такі як функціональна галузева підсистема, організаційно-управлінська підсистема, соціально-економічна та територіально-виробнича підсистеми, які взаємодіють на основі спільних процесів та забезпечують якісне надання туристичних послуг населенню (рис.1.3).



Рис.1.3. Структурні компоненти національної туристичної системи

Джерело: [12, с.28]

Розглянемо окремо виділені конструкційні компоненти:

- функціональна галузева підсистема – група галузей і видів діяльності, що виконують певні функції та інтегруються в її рамки для досягнення кінцевої мети – задоволення потреб населення в туристичних послугах;
- організаційно-управлінська підсистема – сукупність організаційних форм та органів управління для забезпечення цілеспрямованого та злагодженого розвитку всіх аспектів національної туристичної системи;
- соціально-економічна підсистема – сукупність громадських і соціальних груп, зайнятих у різних галузях і сферах національної туристичної системи, сукупність різних видів підприємств і організацій туристичної сфери;
- територіально-виробнича підсистемам – сукупність регіональних туристичних підсистем. На основі регіонів можна виділити туристичні підсистеми області, краю, району, окремого міста [12, с.28].

Кожна з цих підсистем виконує відносно самостійні функції, спрямовані на досягнення основних цілей національної туристичної системи, беручи участь



прямо або опосередковано у виробництві благ, які часто не тільки необхідні туристам для задоволення їх численних вимог і потреб для отримання нових знань, комунікацій та розваг.

В основі національної туристичної системи лежить структура елементів, які виконують певні функції і діяльність яких впливає на властивості системи. Ця структура працює завдяки механізму впорядкованих зв'язків і відносин між елементами. Елементи туристичної системи включають декілька груп взаємодіючих суб'єктів туристичної діяльності (рис.1.4).

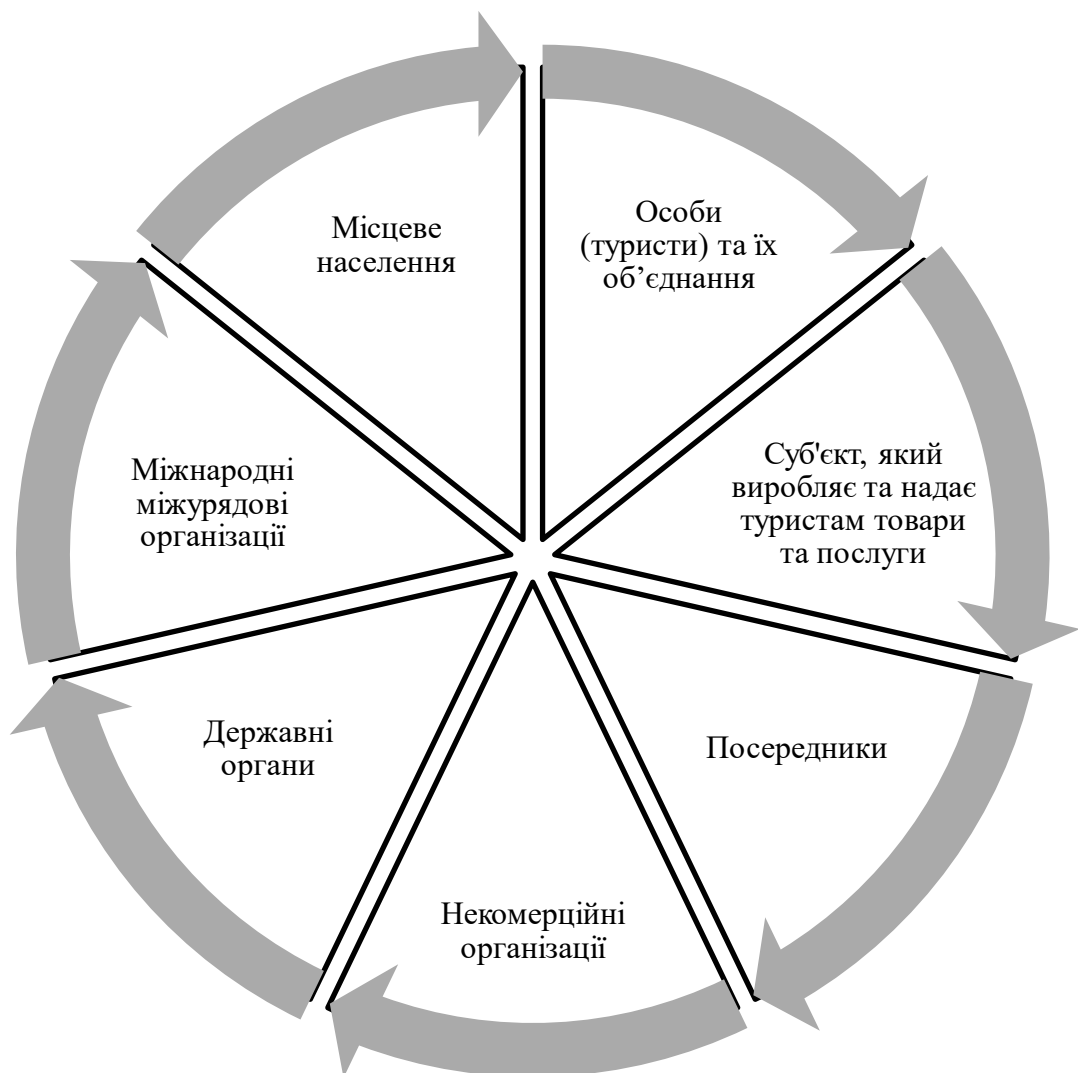


Рис.1.4. Суб'єкти національної туристичної системи

Джерело: [13-15]

Окремо розглянемо кожен елемент.

1. Особи (туристи) та їх об'єднання – суб'єктами національної туристичної системи є люди з такими якостями, як пізнання нового та розуміння минулого; потреба в спілкуванні та отриманні вражень; діяльність у дії та інші. Разом ці якості певною мірою впливають на поведінку систем і, у свою чергу, формують індивідуальні уподобання, бажання та потреби під впливом цих систем. Оскільки кожна людина є учасником багатьох різних систем, її уподобання та потреби є складним комплексом [13, с.156].

2. Суб'єкти, які виробляють та надають туристам товари та послуги та предмети споживчої цінності для туристів – офіційно зареєстровані фізичні та юридичні особи.

3. Посередники, які організують тури та пропонують на ринку туристичні продукти. До них належать туристичні агентства та туристичні оператори.

4. Некомерційні організації підприємців, практиків у сфері туризму, споживачів послуг, асоціації, профспілки та інші об'єднання, які сприяють розвитку туризму [14, с.34].

5. Державні органи, що здійснюють юридичне управління у сфері туризму, національні та регіональні установи, які беруть участь в управлінні туристичною діяльністю.

6. Міжнародні міжурядові організації, а також неурядові організації та їх спеціалізовані установи зі сприяння туристичній діяльності.

7. Місцеве населення, яке проживає в туристичних місцях, туристичних центрах та інших густонаселених районах, які відвідують туристи [15, с.26].

Національна туристична система, як соціально-економічна структура, орієнтована на досягнення спільних цілей діяльності, може бути виражена у вигляді синтезу галузей національної економіки, поділених на три сфери (рис.1.5).



Рис.1.5. Сфери національної туристичної системи

Джерело: [16, с.117]

До першої сфери національної туристичної системи слід зарахувати туристичні фірми – посередники, що здійснюють формування та реалізацію туристичного продукту споживачам. До другої сфери національної туристичної системи слід віднести транспортні підприємства, що забезпечують просування туриста від постійного місця проживання до місця відпочинку та назад. До них відносяться всі види транспортних підприємств: повітряний, залізничний, автомобільний, водний тощо. До третьої сфери національної туристичної системи відносяться підприємства «перебування» в подорожі – це комплекс

підприємств розміщення (до них належать готелі, будинки відпочинку, санаторії, кемпінги тощо), а також підприємства громадського харчування, видовищних послуг та ряду інших.

Кожна з цих сфер пов'язана з кінцевою метою розвитку національної туристичної системи. Вся їхня діяльність спрямована на виконання покладених на них функцій, найвизначнішими з яких є:

- відновлювальна – за своєю суттю, представляючи собою форму відпочинку, туризм сприяє відновленню сил і працездатності, тобто дає можливість оновити внутрішні ресурси [17, с.57];
- економічна – забезпечує значні надходження до бюджету, стимулює розвиток галузей, пов'язаних з виробництвом споживчих товарів, підвищує попит на місцеві ремісничі вироби та сувеніри, сприяє розвитку соціальної та виробничої інфраструктури, забезпечує приплив валютних коштів до країни. Країна, є регулятором зайнятості та джерел доходів місцевого населення [18, с.59];
- пізнавально-освітні – подорожі допомагають раціоналізувати вільний час людей, дозволяючи поєднувати відпочинок із вивченням власної та чужої історії, життя, культури, традицій, звичаїв [19, с.67].

Найскладнішою проблемою є визначення меж національної туристичної системи. Якщо віднести до національної туристичної системи усі галузі, пов'язані з виробництвом туристичної продукції та наданням туристичних послуг, то її межі фактично збігаються з рамками національної економіки [20, с.28]. У результаті ця система, як нова структурна форма в сучасній економіці, стала неоднозначною і втратила свою специфіку. Тому важливо визначити взаємозв'язки та ступені розвитку між цими галузями в цілому, щоб максимізувати загальну систему, яка виконує свої вищезгадані функціональні завдання. Це можна зробити на основі міжвідомчого балансу: за допомогою кількісного вимірювання функціональних зв'язків можна розрахувати коефіцієнт їх близькості, який характеризує частку галузевих проміжних продуктів у споживанні туристичного сектору. Конкретна галузь може бути

включена до національної туристичної системи, якщо більше 50% її продукції використовується безпосередньо для досягнення основної мети.

Отже, розвиток національної туристичної системи дає можливість кожній країні створити сучасну, ефективну та конкурентоспроможну туристичну індустрію, яка, з одного боку, надає широкі можливості для задоволення потреб вітчизняних та іноземних громадян, а з іншого боку, вносить значний внесок на економічний розвиток країни.

### **1.3 Методичні засади дослідження національної туристичної системи**

Будь-яке дослідження потребує використання певного підходу та методу дослідження об'єкта, що дозволяє надати йому об'єктивного та різноманітного характеру. Дослідження з питань національної туристичної системи також мають ґрунтуватися на загальних і конкретно-наукових (географічних) методах. Внутрішній зміст, структура та специфічні властивості національної туристичної системи визначають відповідну специфіку методів її дослідження. Використання певних методів має бути спрямоване на розкриття природи національної туристичної системи, пояснення механізму її роботи, виявлення важливих зв'язків і відносин між елементами та еволюції цієї системи.

Проблеми структурно-динамічного аналізу національної туристичної системи будуть розглянуті з позицій системного підходу, адже процеси або явища, які відбуваються в туризмі, завжди системні. Особливість національної туристичної системи не обмежується характеристиками складових елементів, а пов'язана переважно з характером їх взаємодій.

Вивчення структури та динаміки національної туристичної системи складається з трьох взаємопов'язаних етапів (рис.1.6).

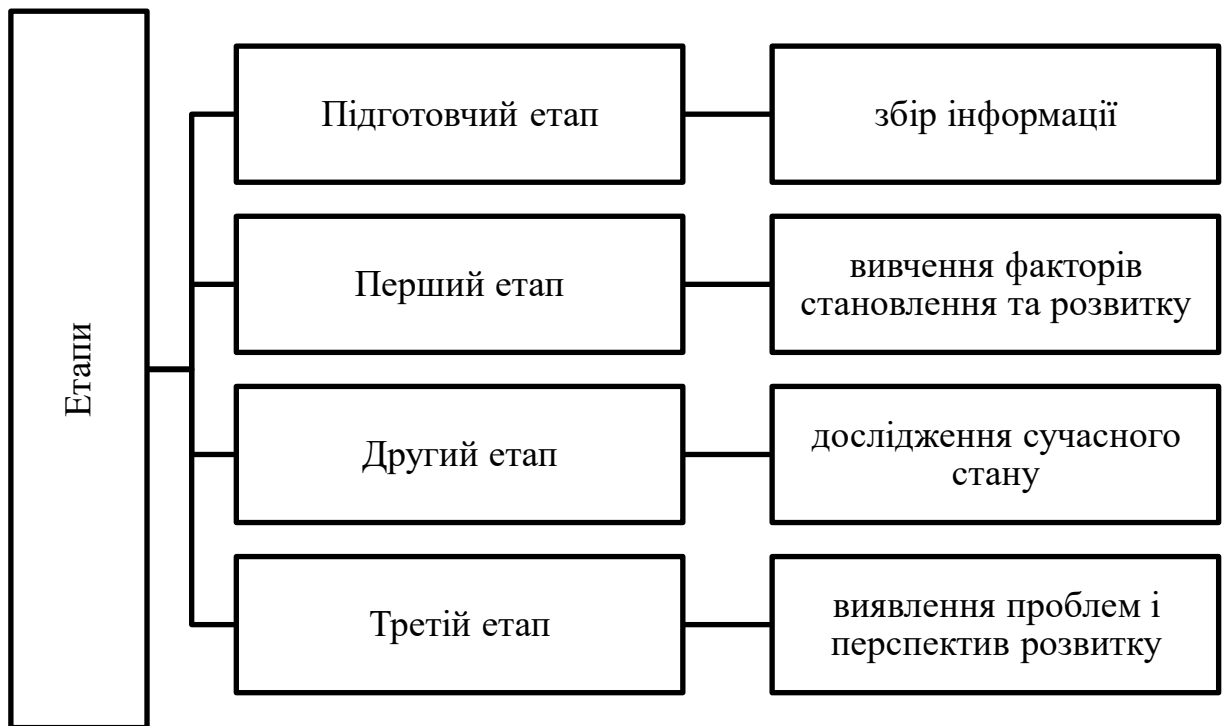


Рис.1.6. Етапи дослідження національної туристичної системи

Джерело: [24]

На кожному етапі для досягнення цілей використовуються різні принципи та методи дослідження.

Підготовчий етап включає збір інформації, обробку необхідної літератури, статистичних зведень та інформації в зведених таблицях. На цьому етапі будуть доцільними такі методи, як літературний метод, метод систематизації інформації, метод постановки [21, с.49]. Літературний метод (аналіз наукових публікацій) простежує стан і особливості становлення національної туристичної системи у різні історичні періоди, досліджують дискусійні питання, розглядають і порівнюють підходи різних авторів до конкретних проблем. Як джерело фактів використовуються архівні матеріали (метричні книги, матеріали розмежування, дані перепису населення, окремі законодавчі акти тощо). Вони є документальною основою для теоретичних узагальнень про еволюцію та сучасний національної туристичної системи [22, с.86]. Метод систематизації інформації пов'язаний з поділом явищ дослідження (на основі цілей дослідження) та критеріями відбору, які мають певні спільні риси та

унікальність. Систематизація (класифікація) — це система підпорядкованих понять (категорій об'єктів) будь-якої галузі знань чи діяльності людини, представлених, як правило, у вигляді схем (таблиць) різної форми, і використовуються як засіб встановлення зв'язків між цими поняттями або категорій [23, с.70]. Системний підхід до фіксації загальних зв'язків між сукупністю об'єктів (класів) для визначення розташування об'єкта в системі, що вказує на його властивості.

На першому етапі необхідно вивчити фактори формування та розвитку національної туристичної системи. Для цього необхідно вирішувати такі завдання:

- визначення політичних передумов розвитку національної туристичної системи;
- оцінка впливу соціально-економічних факторів на розвиток національної туристичної системи, зокрема вивчення структури галузей економіки, структури експортно-імпортних потоків, аналіз культурної та історичної спадщини, соціальної інфраструктури [24, с.57].

Для цього використовують аналітичні методи. Аналіз – це логічний метод дослідження, який передбачає вивчення того, чи є об'єкт вигаданим чи фактично розділеним на складові елементи (характеристики, атрибути, структурні частини), а потім вивчається кожен елемент окремо як частина системи. Цей метод дослідження передбачає вивчення складових елементів національної туристичної системи за допомогою уявних чи фактичних поділів [25, с.117].

Буде використаний узагальнений підхід, оскільки аналіз структури та динаміки національної туристичної системи є невід'ємною частиною національної економіки в цілому. Цей статистичний метод буде використаний для аналізу динаміки економічних показників країни. Також буде використано статистичні методи для аналізу. Ці результати досліджень є важливим засобом підтвердження розвитку національної туристичної системи.

Другий етап – вивчення сучасної ситуації розвитку національної туристичної системи на регіональному рівні. Завданням цього етапу є вивчення

становлення та сучасної ситуації, типів та регіональної структури розвитку національної туристичної системи. Для цього будуть використані такі методи дослідження, як порівняльно-географічний метод та індексний метод [26, с.25]. Порівняльно-географічний метод допомагає більш всебічно оцінити та пояснити схожість і відмінність географічних об'єктів. Такий підхід дозволяє створювати класифікації географічних об'єктів та прогнозувати їх зміни. За допомогою графічного методу можна відобразити зображення структури національної туристичної системи [27, с.407].

На третьому етапі вивчаються проблеми та перспективи розвитку національної туристичної системи. Для цього використовується принцип поєднання історії з логікою. Він передбачає врахування історії об'єкта (процесу), його сучасного стану та перспектив подальшого розвитку, єдності історії та логіки. Історично простежується процес формування та розвитку національної туристичної системи, що забезпечує теоретичне уявлення про розвиток національної туристичної системи у всіх його природних зв'язках і відносинах, а також інтегративний підхід до дослідження [28, с.27]. Інтегративний метод дослідження – метод дослідження, який узагальнює знання про характеристики, властивості та взаємозв'язки елементів явища. Синтетичний метод передбачає використання таких методів: узагальнення – визначення загальних характеристик і властивостей явищ і процесів; екстраполяція – формування наукового уявлення про об'єкт дослідження, що показує, що він має ті ж характеристики, що і його елементи [29, с.98].

Важливе значення має діалектичний підхід, який виявляється в аналізі розвитку, єдності та відношення до інших явищ і процесів. Це дозволяє національну туристичну систему як цілісну складну та таку, що постійно розвивається на основі своїх конкретних закономірностей. Такий підхід також передбачає виявлення причинно-наслідкових зв'язків у розвитку через взаємодію об'єктів та оцінку їх структури.

Таким чином, проблеми структурно-динамічного аналізу національної туристичної системи будуть розглянуті з позицій системного підходу за



чотирьох етапами: збір інформації, вивчення факторів становлення та розвитку, дослідження сучасного стану, виявлення проблем і перспектив розвитку. Для аналізу структури та динаміки національної туристичної системи буде використаний узагальнений підхід.

## **РОЗДІЛ 2. ПАРАМЕТРИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ІТАЛІЇ**

### **2.1 Загальна характеристика національної туристичної системи Італії**

На сьогоднішній день туристичний бізнес є одним із факторів, що забезпечують розвиток світової економіки. З кожним роком роль бізнес-діяльності, що забезпечується туризмом, та її внесок у економіку неухильно зростають. До початку пандемії Covid-19 туристичний бізнес набував масового характеру, тобто дедалі більше людей здійснювали туристичні поїздки до інших країн. На світовій арені туристичний бізнес вважається прибутковою галуззю, що постійно розвивається.

Європа є одним із найпопулярніших туристичних напрямків. У наші дні неможливо уявити велике європейське місто без іноземних туристів. Тим не менш, у Європі також можна виділити країни-лідери туризму, тобто ті країни, які беруть найактивнішу участь у туристичному бізнесі. Італія є одним із таких лідерів.

Італія – це південно-європейська держава, що розташована в центрі Середземномор'я на території Апеннінського півострова, Паданської рівнини та південних схилів Альп. Італії також належать кілька дрібних островів та великі острови Сицилія та Сардинія.

Територію Італії омивають води п'яти морів: Середземного, Тірренського, Ладурійського, Адріатичного та Іонічного.

Безпосередніми країнами-сусідами Італії за зовнішніми кордонами є Франція, Швейцарія, Австрія та Словенія, за внутрішніми кордонами – Сан-Марино та анклав Ватикан.

Карта Італії відображена на рис.2.1.



Рис.2.1. Карта Італії

Джерело: [34]

Через велику протяжність території Італії з півночі на південь існують кліматичні коливання: у літній період температура в середньому  $+20^{\circ}\text{C}$  біля підніжжя Альп і до  $+30^{\circ}\text{C}$  у містах, взимку у містах  $+10^{\circ}\text{C}$ , а в горах температура знижується до  $-10^{\circ}\text{C}$ .

Італія – економічно високорозвинена держава, а туризм є єдиною галуззю економіки країни, що до початку пандемії відрізнявся динамічним зростанням. Крім того, туризму в Італії приділяється величезна політична увага. Країна має все необхідне для прийому, розміщення, обслуговування та охорони туристів з інших країн. Іntenсивно проводиться будівництво нових та модернізація застарілих готелів. Постійно відновлюються, реставруються пам'ятники мистецтва та архітектури.

Широка історія Італії, що складалася з безлічі етапів, багатих архітектурними шедеврами, витворами мистецтва та літератури, що відрізняються своєю розвиненістю у всіх сферах життя суспільства, є чи не основною причиною відвідування туристами цієї країни. Без сумніву, саме

історія Італії вплинула на розвиток культури і мистецтва цієї країни і зробила її привабливою для туристів усього світу. Важко повірити, але понад 50% світової культурної спадщини сконцентровано саме в Італії. Рим з Колізеєм та його незліченними античними пам'ятниками, Флоренція з галереєю Уфіцці та знаменитим собором Санта-Марія-Дель-Фьоре, Піза з площею Чудес, Мілан з собором – ось лише початок того величезного списку, адже не можна забувати і про інші міста, які теж мають свої пам'ятки архітектури. Внаслідок того, що на території Італії перебуває більше половини світової культурної спадщини, величезна кількість пам'яток зберіглась у чудовому стані, історичні центри багатьох міст повністю зберегли середньовічний вигляд. Саме культурний фактор має першорядне значення для розвитку туризму в Італії, що є однією з найпривабливіших для туризму країною.

На рис.2.2 зображені компоненти національної туристичної системи Італії.



Рис.2.2. Компоненти національної туристичної системи Італії

Джерело: [21]

Розглянемо їх детальніше.

1. Державні органи управління. Туризм не згадується у Конституції Італії. Хоча туризм і вважається одним з основних напрямів діяльності Італії, немає жодних сумнівів, що він має вплив на інші види діяльності, для яких держава має явні конституційні обов'язки. Італійський режим, однак, несе відповідальність у сфері туризму. Насамперед, сфера туризму має право встановлювати власні адміністративні структури, такі як національне управління з туризму, а також створювати державні організації, як ENIT (Національне агентство з туризму Італії) [35]. Основна мета ENIT – пропаганда туристичних можливостей Італії: випускаються спеціальні брошури, карти, схеми, рекламні матеріали, що безкоштовно розповсюджуються на всіх міжнародних туристичних виставках. У кожному місті є безкоштовний інформаційний туристичний офіс, де можна отримати будь-яку інформацію, забронювати готель, замовити екскурсію, отримати карти тощо. Більш того, деякі області надають додаткову фінансову підтримку для туристичної галузі.

Державні органи управління також висувають ряд вимог до індустрії туризму. Наведемо деякі приклади:

- обов'язком готелей є надання медичної допомоги першої необхідності та збереження майнових цінностей туриста;
- усі працівники готелю повинні дотримуватись норм гігієни, прийняті на території ЄС;
- регулярні позапланові перевірки покликані забезпечити дотримання всіх норм та вимог;
- керівництво готелю має забезпечити чистоту приміщень, заходи пожежної безпеки; також до обов'язків входить регулярний огляд об'єктів електропостачання та кондиціонування;
- роботодавець зобов'язаний забезпечити умови для безпеки праці службовцям готелю;
- ресторани/бари повинні мати внутрішню систему контролю за умовами зберігання, транспортування та обробки харчових продуктів;
- для людей з обмеженими здібностями мають бути створені всі умови;

– для туристів-курців повинні бути передбачені спеціальні зони

2. Туристичні ресурси. Найголовнішим чинником успішного розвитку є туристичний потенціал країни. Італія – переважно гірська місцевість. Майже 4/5 її поверхні – це гори (Альпи та Апенніни) і височини. Гірськолижні курорти Італії, які за своєю популярністю серед туристів не поступаються австрійським та швейцарським, приваблюють любителів скелелазіння, спелеотуризму, рафтингу. Найбільш популярними є Валь ді Фасса, Валь Гардена, Альта Бадіа та ін.

Італія відома своїми культурними традиціями. Досягнення італійців у різних сферах діяльності, чи то мистецтво, архітектура, література, музика, наука, впливають на розвиток культури у багатьох інших країнах. На сьогоднішній день в Італії зберіглося багато унікальних пам'яток, пов'язаних з історією Римської імперії. Країна налічує близько 60% пам'яток історії та культури Європи, внесених до Реєстру культурної спадщини людства ЮНЕСКО.

Кожне італійське місто – неповторне, вміщує безліч культурних пам'яток. На додаток до культурних та історичних пам'яток країна має прекрасні ландшафти, пам'ятки природи та національні парки. Італія – це країна найвідоміших у світі дизайнерів, чудової кухні, чудової архітектури та найбагатшої історії. Тут величезна кількість музеїв, пам'ятників, що добре збереглися, та інших пам'яток. Наприклад, всесвітньо відомі: фонтан Треві, Колізей у Римі, розписана Мікеланджело Сікстинська капела, Собор Святого Петра, галерея Уфіці, Палатинська галерея та Академія витончених мистецтв зі статуєю Давида у Флоренції, Міла Сфорца та найзнаменитіший оперний театр «Ла Скала» у Мілані, легендарне місто Помпеї та могутній вулкан Везувій у Неаполі, Собор Сан Марко, Палац Дожів і, звичайно ж, знамениті канали, на чолі з Гранд-Каналом у Венеції, уславлені острови у Неаполітанській затоці, чудові озера Гарда і Комо на півночі Італії, Національний парк Стельвіо, мальовничі острови Капрі та Іскья та багато інших природних, культурних, історичних, антропологічних та етнографічних пам'яток зосереджені в Італії.

3. Туристична інфраструктура. Успіх іноземного туризму в Італії безпосередньо залежить від ефективної сфери транспортних послуг, що охоплює всю країну. Країна має тривалу мережу залізниць та автомобільних доріг. Великий попит має система міського транспорту. Так, країною курсують автобуси, таксі та характерний для Італії водний транспорт – гондоли та річкові таксі. Прокладено метрополітен у містах Рим, Мілан, Неаполь, Палермо, Генуя, Катанія, Турін. Проте, основним громадським транспортом в Італії є міський автобус – зручний та бюджетний. Крім цього в країні добре розвинене міжміське автобусне сполучення. Повітряна мережа складає 133 аеропорти, включаючи два транспортні вузли Malpensa International (у передмісті Мілана) і Leonardo Da Vinci International (неподалік від Риму). Мобільності іноземних туристів на Апеннінському півострові сприяє комфортність при виборі будь-яких засобів пересування. Крім того, базовими характеристиками транспортної системи Італії є доступні ціни, оптимальна швидкість, безпека, частота та систематичність рейсів, максимальний комфорт, технологічна надійність та якість послуг. Все це позитивно впливає на іноземні туристичні потоки.

Друга складова успішного розвитку туризму в Італії – це готельний фонд. Італійські готелі відрізняються самобутністю, середземноморським колоритом, смаком у дизайні номерів та, природно, італійською кухнею, яка завжди залишається високої якості незалежно від рівня готелю. Більшість готелів зосереджена, переважно, у центральній частині країни, тоді як у південній частині і узбережжі їх дуже не вистачає. Чисельна перевага розкішних італійських готелів світових брендів та великих готельних комплексів залишається на півночі країни, де зосереджені основні туристичні центри: Рим, Мілан, Венеція, Флоренція, пляжі Лігурійського узбережжя (Італійської Рів'єри), курорт Ріміні. Не зважаючи на це, гарне та комфортне житло можна знайти по всій країні. Так, в Італії існує кілька різновидів готелів: сімейні готелі Bed and Breakfast, італійські міні-готелі, що відповідають 2-х зірковим готелям, денні готелі Італії, так звані Albergo diurno, що розташовані, найчастіше, біля вокзалів

та аеропортів і найдешевший вид розміщення – Локанда (Locanda) – приватні готелі.

4. Місцеве населення. Інфляція, нестабільність, ощадливість – це основні фактори, що впливають на переваги жителів Італії. Ці фактори також пояснюють любов італійських громадян до відпочинку в межах своєї країни. При аналізі туристичних переваг жителів Італії варто брати до уваги їх характерні риси, які не так часто зустрічаються серед жителів інших країн. Середньостатистичний італійський турист: воліє подорожувати автомобілем або поїздом; ставить харчування на перше місце. Таким чином, більшість італійських громадян воліє проводити свою відпустку, не виїжджаючи з країни. Незважаючи на ознаки економічного спаду та наслідки пандемії, італійці продовжують подорожувати, проте роблять вони це з меншим ентузіазмом, рідше та витрачаючи гроші більш обдуманно.

5. Споживачі туристичних послуг. Основним мотивом того, що туристи обирають Італію як країну відвідування, є море згідно з європейськими туроператорами (41%), тоді як жителі країн американського континенту обирають міста Італії через те, що багато хто з них є «великими містами мистецтва» (84%) [35].

Таким чином, Італія має величезний потенціал для розвитку нових та вдосконалення вже існуючих видів туризму, а значить цілком можливе її перетворення на світового лідера з надання туристичних послуг та кількості туристів. Її головною перевагою є географічне розташування – у центрі основних міжнародних туристичних потоків. А природні умови країни сприяють статусу основного туристичного регіону світу. Крім того, країна має унікальні об'єкти туристичного показу, добре розвинену туристичну інфраструктуру, що також сприяє залученню в країну великої кількості туристів практично з усіх регіонів і країн світу.



## 2.2 Структурно-функціональні параметри національної туристичної системи Італії

Італія – один з основних туристичних центрів світу. Цьому сприяють переваги географічного положення та природно-кліматичні умови, наявність великої кількості історико-архітектурних та культурних пам'яток.

На основі даних Звіту Всесвітнього Економічного Форуму про конкурентоспроможність країн в індустрії подорожей та туризму (The Travel & Tourism Competitiveness Report) у 2020 році Італія посіла 8 місце у світі (5,1 бали) та 3 місце у Європейському макрореґіоні. На рис. 2.3 представлена структура Індексу конкурентоспроможності подорожей та туризму (ТТСІ) Італії.

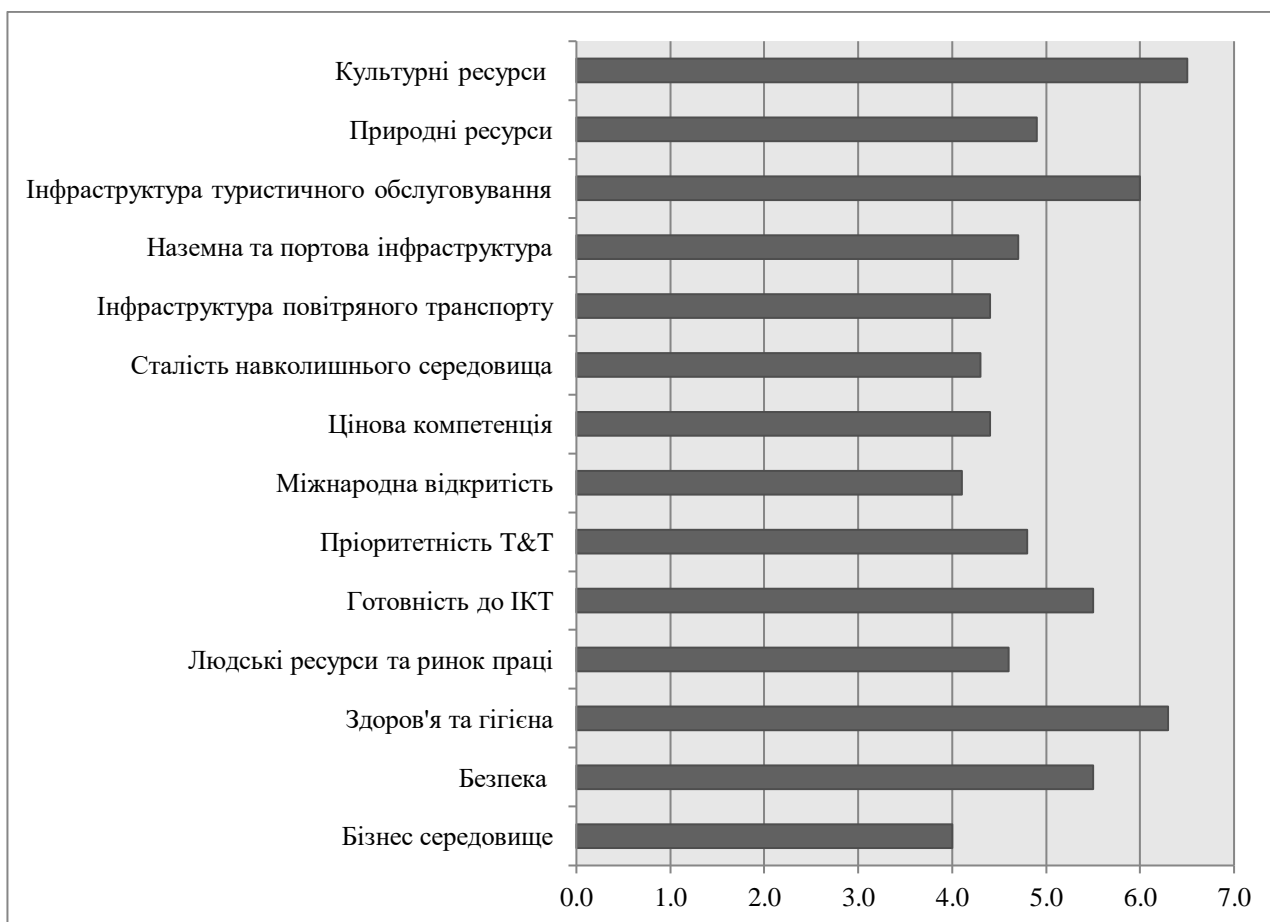


Рис.2.3. Структура Індексу конкурентоспроможності подорожей та туризму (ТТСІ) Італії в 2020 році

Джерело: [36]

Конкурентною перевагою Італії є її культурні та природні ресурси: 4 місце у світі з рейтингами 4,9 та 6,5 балів. Абсолютне лідируюче становище у світі за кількістю об'єктів всесвітньої спадщини (1 місце), а також позиціонування країни на міжнародному ринку як одного з центрів ділового туризму (за кількістю зустрічей міжнародних асоціацій – 6 місце) пояснює той факт, що сильною стороною Італії є її культурні ресурси та діловий туризм (4 місце). Не менш важливу роль для залучення туристів відіграють і природні ресурси (7 місце), де за кількістю природних об'єктів всесвітньої спадщини Італія зайняла 9 місце та 1 місце за цифровим попитом на екологічний туризм. Транспортна інфраструктура Італії була оцінена у 4,4 бали (17 місце). Сильною стороною є туристична інфраструктура (10 місце), де за кількістю готельних номерів Італія знаходиться на 12-му місці в рейтингу країн.

Також варто відзначити, що політичне становище Італії 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 туристичних потоків з усіх країн та макрорегіонів до Італії. В Італії розвинені різноманітні види туризму: купально-пляжний, культурно-пізнавальний, подієвий, замковий, діловий, екотуризм, гастрономічний, спортивний тощо. Відповідно, кожен турист має можливість провести свій відпочинок на території Італії досить різноманітно з урахуванням особистих інтересів.

Якщо розглянути регіони Італії з погляду спеціалізації та розвитку туризму, то можна побачити певну закономірність: північні та центральні регіони здебільшого розвивають поліфункціональну спеціалізацію і також у цих регіонах високий рівень розвитку туризму (Флоренція та північна частина Центральної Італії, Північно-Східна Італія, також можна віднести сюди і Рим і Центральна Італія, Ломбардія). Це пов'язано з туристичним попитом. Туристичний розвиток регіонів Італії наведено на рис.2.4.

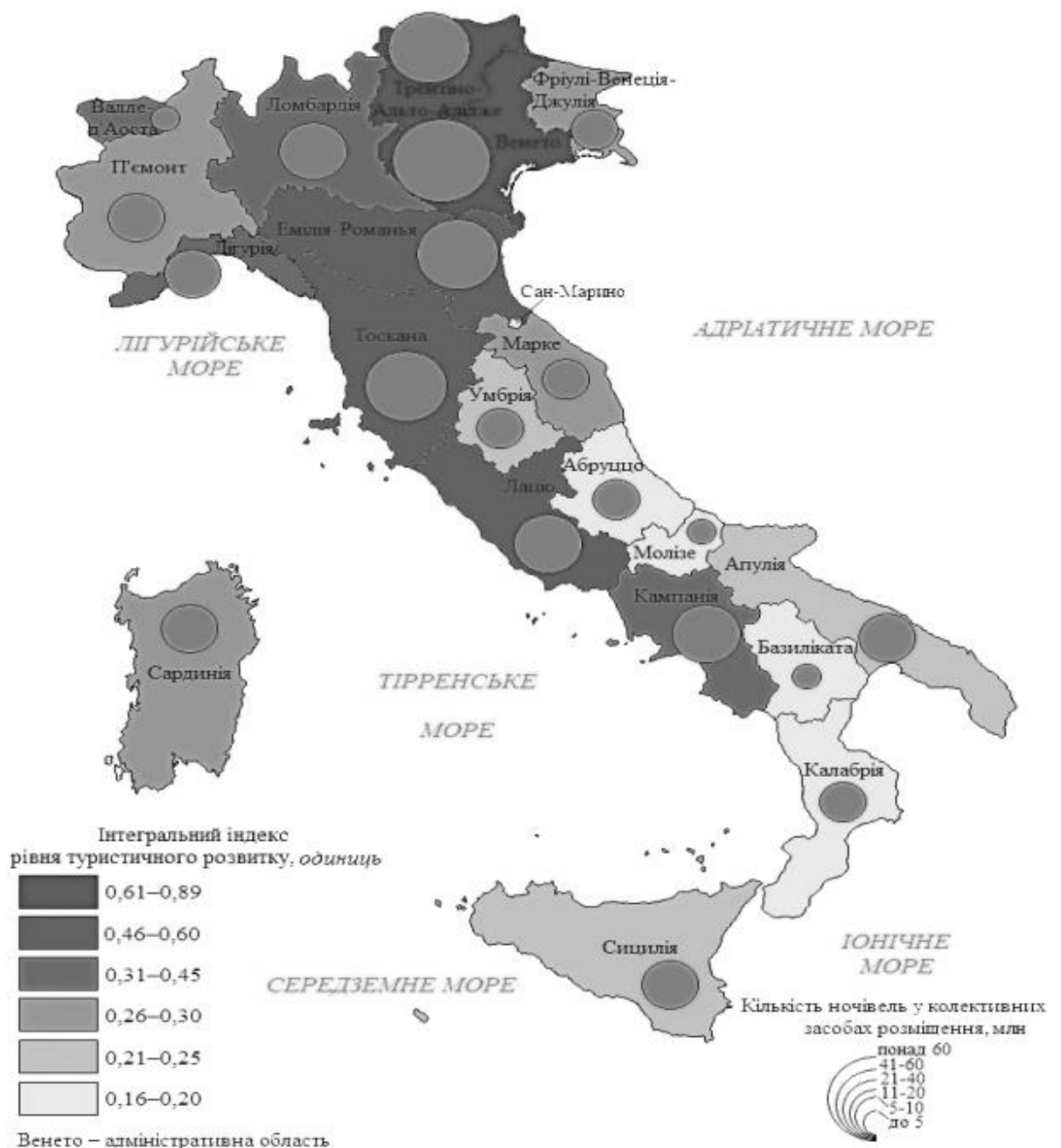


Рис.2.4. Туристичний розвиток регіонів Італії в 2020 році

Джерело: [37]

Аналіз рис.2.2 показав територіальну нерівномірність у рівнях туристичного розвитку регіонів Італії. та дозволив згрупувати їх в шість груп: із високим (Венето, Трентіно-Альто-Адідже, що розміщені в Північно-Східній Італії), вищим від середнього (Лаціо, Емілія-Романья і Тоскана – області Північно-Східної та Центральної Італії), середнім (Кампанія, Ломбардія, Валле-д’Аоста, Лігурія, що розміщені на півночі та півдні Італії), нижчим від

середнього (Сардинія, Марке, П'ємонт, Фріулі-Венеція-Джулія), низьким (Апулія, Сицилія, Умбрія) і дуже низьким (Абруццо, Молізе, Базиліката, Калабрія – південні регіони) рівнем. Таким чином, найбільш туристично розвиненими регіонами Італії є Центральний, Північно-Східний та Північно-Західний. Натомість, південні регіони мають досить низький рівень розвитку туризму. Це зумовлено значною залежністю туристичного розвитку від рівня соціально-економічного розвитку регіонів Італії.

Кожен регіон, намагаючись залучити велику кількість туристів, покращує туристичну інфраструктуру. Ближче до півдня спеціалізація скорочується і рівень розвитку туризму значно нижчий порівняно з північними регіонами (Неаполь та Південна Італія, Сицилія, Сардинія). Це пов'язано з історичними причинами. Південна Італія найбільш повільно розвивається, ніж Північна. І хоча у Південній та острівній Італії великий історико-культурний потенціал, цьому регіону не вистачає розвиненої на високому рівні туристичної інфраструктури

### **2.3 Динамічні параметри національної туристичної системи Італії**

Туристична індустрія являє собою найважливішу галузь економіки, яка ефективно пов'язує і використовує різні галузі у суспільно значущих цілях. В останні роки (до початку коронавірусної кризи) зростання світового ринку туризму було цілком природним і передбачуваним трендом, що вплинув на економіку цілих регіонів, включаючи Італію.

За кількістю міжнародних туристичних прибуттів Італія займає п'яте місце у світі після Франції, Іспанії, США та Китаю. Динаміка кількості туристів, що відвідали Італію, за 2011-2020 рр наведено на рис.2.5.

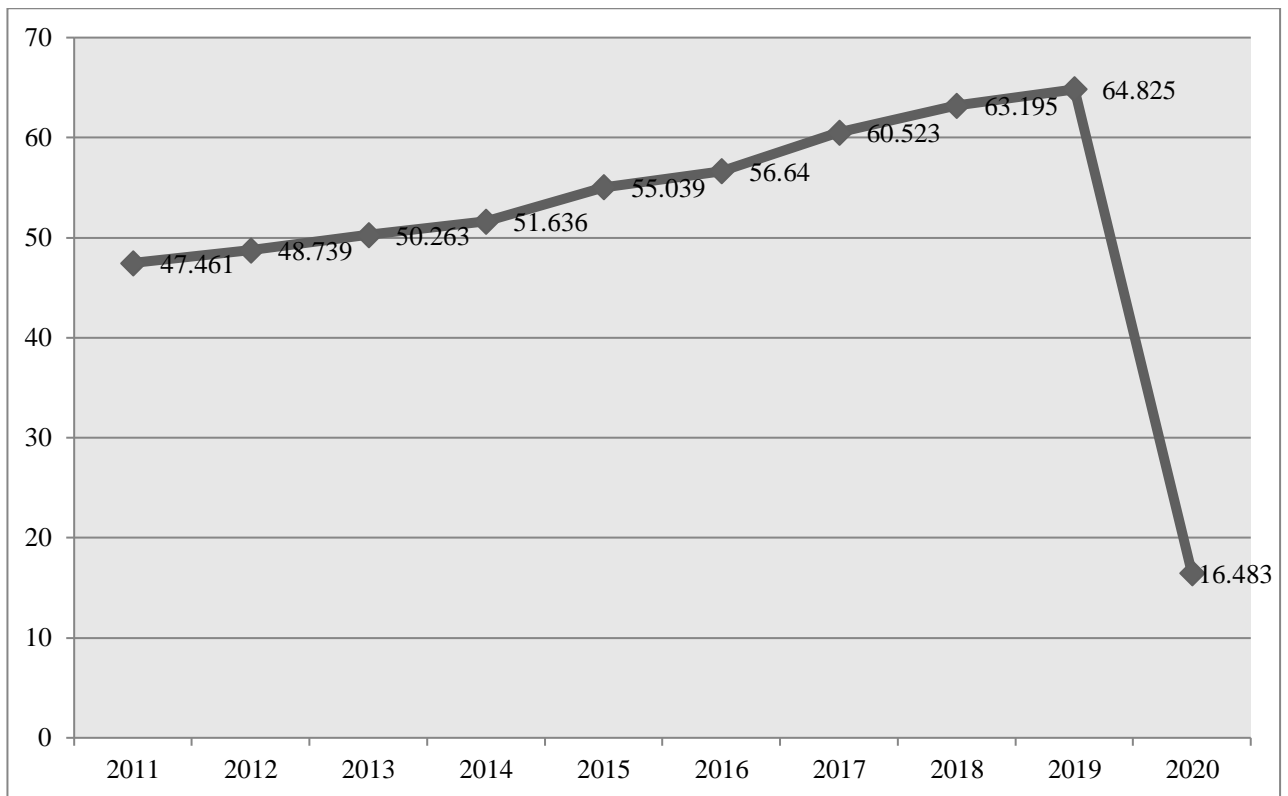


Рис.2.5. Динаміка кількості туристів, що відвідали Італію, за 2011-2020 рр, млн осіб

Джерело: [38]

За даними рис.2.5 можемо зробити висновок, що за 2011-2019 роки динаміка кількості туристів, що відвідали Італію мала тенденцію до зростання та за 9 років зросла на 36%. В 2020 році кількість туристів в Італії скоротилась майже на 300%, що пов'язано з пандемією коронавірусу. У сучасних умовах кризи та нестабільності, спричиненої пандемією Covid-19, туризм, як і багато інших галузей, зазнав серйозних втрат. Найбільша кількість туристів прибувало з наступних країн: Німеччина, Великобританія, Франція, Греція, Болгарія. У топ-10 країн також увійшли Румунія, США, Туреччина, Сербія та Албанія.

Доходи від туристичної діяльності впливають на економічний розвиток Італії. Доходи від туризму безпосередньо залежить від витрат іноземних громадян в Італії. Загальний внесок туризму до ВВП Італії за 2011-2020 рр наведено на рис.2.6.

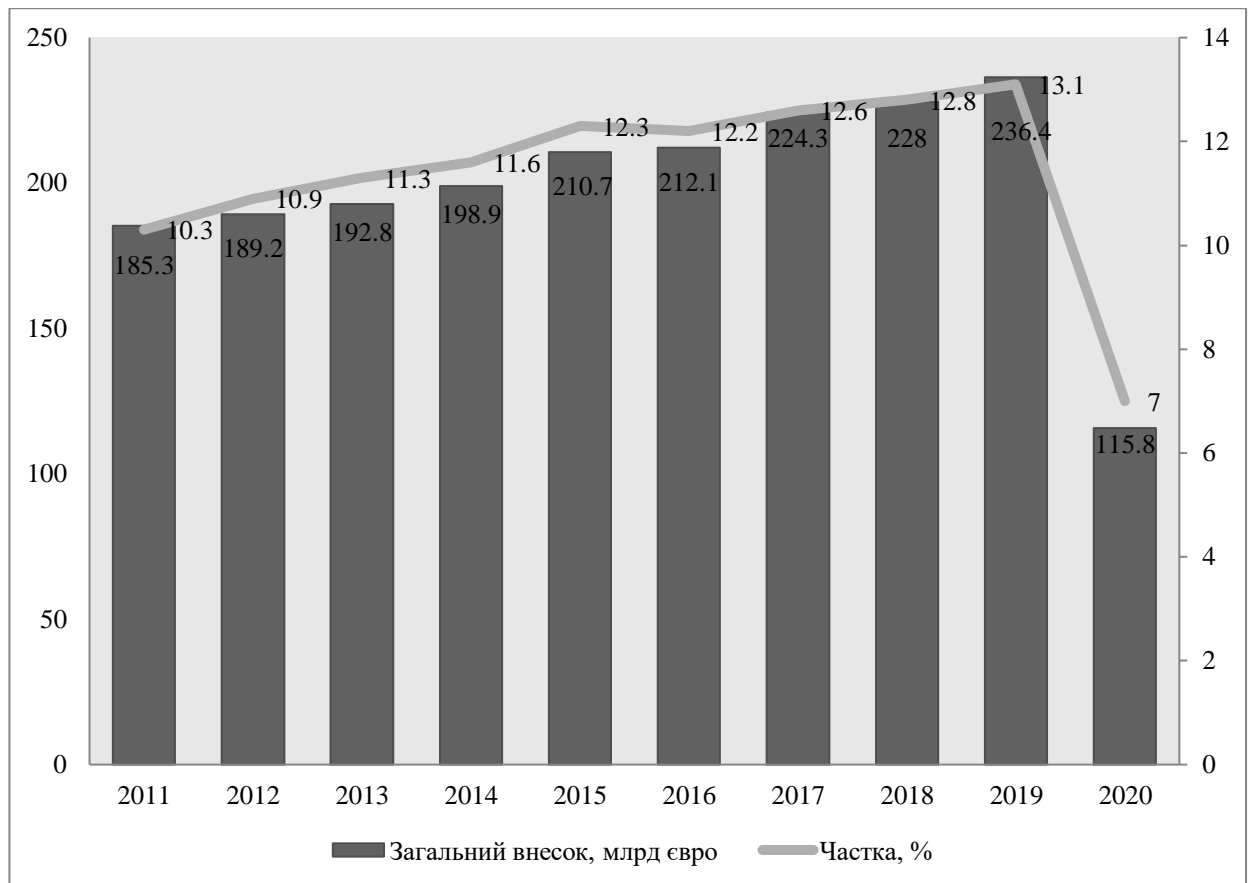


Рис.2.6. Загальний внесок туризму до ВВП Італії за 2011-2020 рр

Джерело: [39]

За даними рис.2.6 можемо зробити висновок, що індустрія туризму займає вагомую роль у формуванні ВВП Італії, не зважаючи на те, що її частки скоротилась з 10,3% в 2011 році до 7% в 2020 році. Це викликано, в першу чергу, скороченням доходів від індустрії туризму (на більш ніж 60% за досліджуваний період) наслідок скорочення кількості туристів та коронавірусної кризи. Жорсткі умови пандемії Covid-19 практично зупинили туристичну діяльність, а введені обмеження відкинули галузь на два десятиліття – до початку 2000-х років, звівши до абсолютного мінімуму багаторічні досягнення в галузі розвитку масового туризму в Італії.

Важливою для дослідження також є динаміка кількості готелей в Італії (рис.2.7).

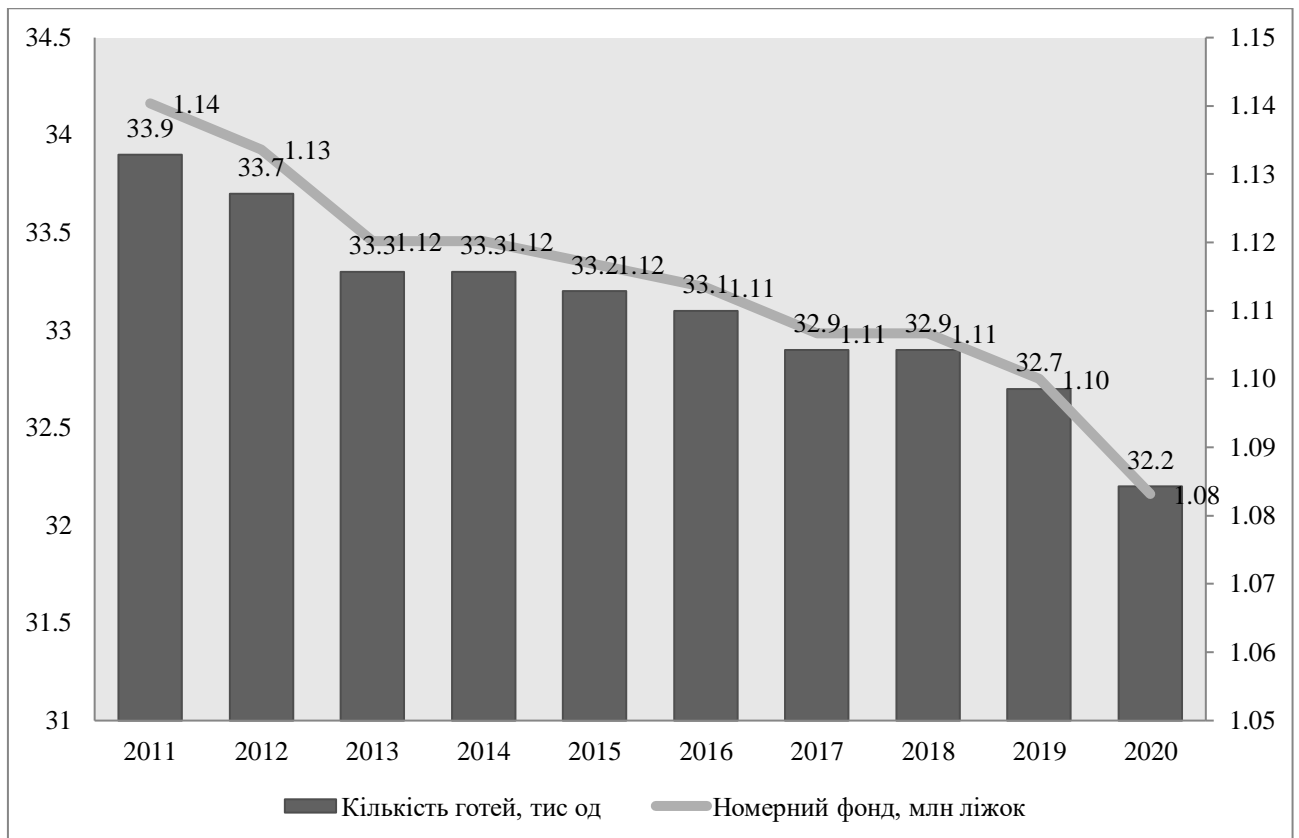


Рис.2.7. Динаміка кількості готелів в Італії за 2011-2020 рр, млрд євро

Джерело: [40]

За даними рис.2.7 можемо зробити висновок, що кількість колективних засобів розміщення та номерного фонду мали тенденцію до скорочення за досліджуваний період (на більш ніж 5% за обома показниками). Це може бути обґрунтовано розвитком приватної оренди та сільського (зеленого) туризму. Іноземні туристи переважно обирають готелі для тимчасового розміщення на території Італії. Італійська система готелів пропонує туристичному ринку більше 35 тис. готелів, що одержали офіційну категорію відповідно до діючого законодавства та які мають 1,9 млн. місць.

Річний оборот індустрії розміщення та харчування в Італії за 2011-2020 рр наведено на рис.2.8.

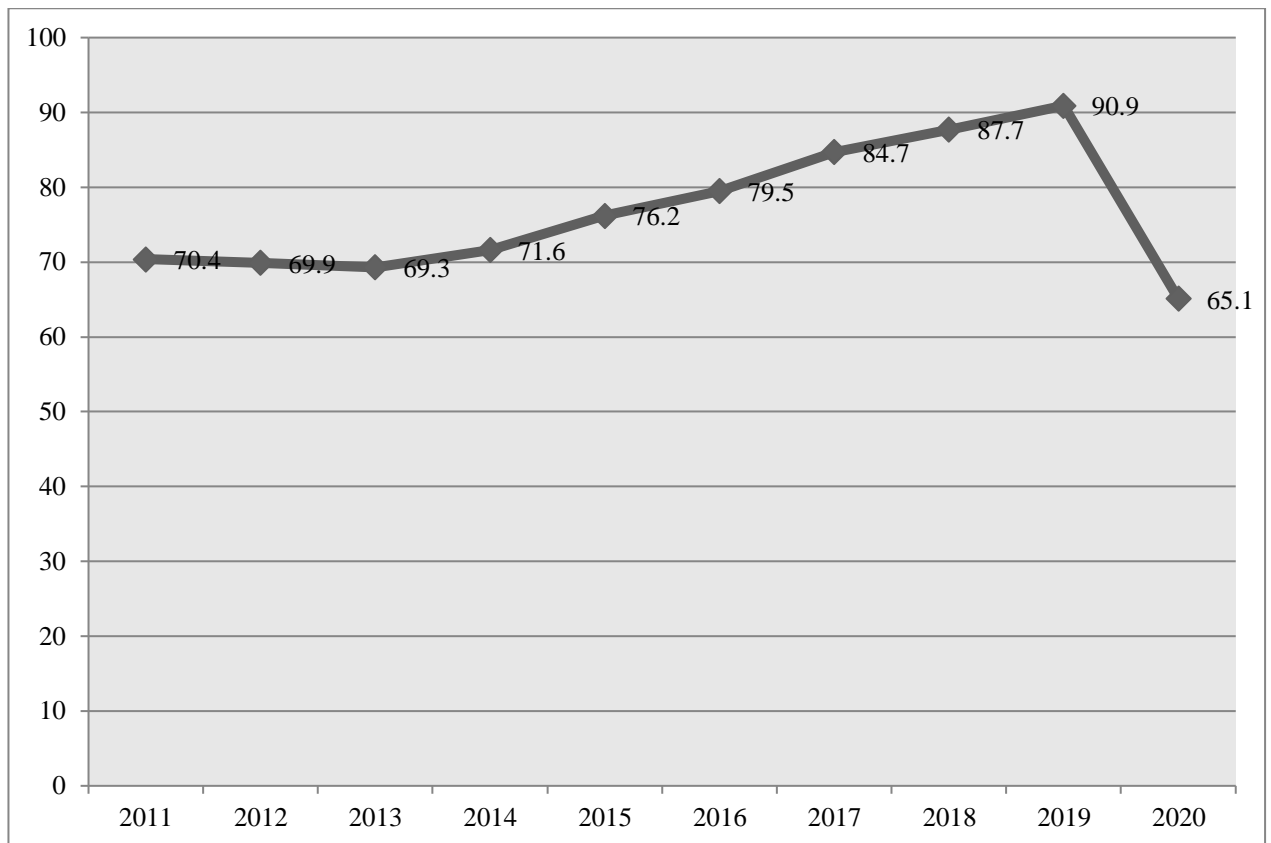


Рис.2.8. Річний оборот індустрії розміщення та харчування в Італії за 2011-2020  
рр, млрд євро

Джерело: [41]

За даними рис.2.8 можемо зробити висновок, що, не зважаючи на скорочення кількості готелей та номерного фонду, річний оборот індустрії розміщення та харчування в Італії до 2019 року мав тенденцію до зростання (на 30%). Натомість, з початком пандемії він скоротився на 40%.

Коронавірусна криза далека від завершення, оскільки через мутації коронавірусу багато країн знову вводять більш суворі обмеження на поїздки. Стрічка новин повідомляє, що коронавірусна обстановка в даний час в Італії також залишається важкою. Однак, Італія готується до перезапуску міжнародного туризму. Виступаючи в ефірі телепрограми Omnibus, Міністр туризму Массімо Гаравалья заявив, що туристична діяльність в Італії може відновитися. Як підкреслив Гаравалья, уряд розглядає три основні умови для прийому іноземних гостей: мандрівники мають бути або повністю вакциновані від коронавірусу та мати відповідні сертифікати, або пред'явити негативний



результат тесту на COVID-19, а також імунізація мешканців популярних туристичних напрямків. Поступове впровадження вакцини проти COVID-19 допоможе відновити довіру споживачів, що сприятиме ослабленню обмежень на поїздки та нормалізації та відновленню подорожей до Італії.

## **РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ІТАЛІЇ**

### **3.1. Проблеми національної туристичної системи Італії**

До початку коронакризи національна туристична система Італії активно розвивалась та майже не мала проблем та бар'єрів для подальшого розвитку. Вплив пандемії на національну туристичну систему Італії виявилось катастрофічним. Глобальна пандемія призвела до зупинки авіаційної галузі, закрила готелі та вплинула на індустрію туризму у багатьох відношеннях. Однак, саме подорожі та туризм дозволили вірусу стати глобальною проблемою. Не слід забувати, що розповсюдження вірусу не в останню чергу пов'язано з глобальною мобільністю та різними формами туризму. Негативний вплив COVID-19 не обмежується людськими жертвами, він має також короткострокові та довгострокові соціальні, економічні та політичні наслідки.

Сталому та стійкому розвитку національної туристичної системи Італії перешкоджає низка проблем, котрі негативно впливають на її реалізацію та сучасний розвиток індустрії туризму. Сектор туризму в даний час є одним з найбільш постраждалих від спалаху COVID-19, який впливає як на пропозицію, так і на попит на поїздки. Це створює додатковий ризик ослаблення світової економіки, геополітичної, соціальної та торгової напруги, а також нерівномірної роботи на основних ринках виїзного туризму [42, с.216].

Через пандемію коронавірусу як у світі, так і в Італії, туристична галузь зазнала великих втрат. Більшості підприємств туризму та гостинності довелося закритися, багато співробітників було звільнено або відправлено у неоплачувані відпустки. Всі постачальники послуг, задіяні в національній туристичній системі Італії, зазнали збитків в результаті коронакризи: туристичні оператори та агенції, готелі, будинки відпочинку та пансіони, гіді, організації відпочинку, транспорт та пасажирські перевезення тощо. Багато туристичних напрямів в Італії нині перестали функціонувати. Вся національна туристична система Італії перебуває

у дуже поганому становищі. Розглянемо вплив коронакризи на національну туристичну систему Італії за окремими її елементами.

Ринок готельних послуг зараз перебуває у складній ситуації і зазнає колосальних збитків через пандемію. Постраждали не лише невеликі, а й великі готелі та готелі, які приймали основний потік іноземних туристів. Надзвичайна ситуація в галузі охорони здоров'я призвела до паралічу всього ланцюжка постачання, який генерує близько 12% ВВП Італії. Однією з великих витрат у цьому секторі бізнесу є заробітна плата працівника, тому є велика загроза звільнення великої кількості людей [43, с.5]. Крім величезних економічних збитків виникає й інша проблема: через пустельні вулиці та закриті магазини ризик злочинності зростає, а готелі, заповнені телевізорами, комп'ютерами та розкішними меблями, розграбовують.

Усередині Італії вірус торкнувся практично всіх частин ланцюжка створення вартості у сфері гостинності. Вплив скасованих заходів, закритих приміщень та закритих пам'яток одразу став відчуватися в інших частинах ланцюжка поставок, таких як послуги громадського харчування та послуги пральні. Ресторани також повинні були закритися, хоча в деяких країнах перехід на продаж на винос/доставку дозволив деяким продовжити роботу. Потім були повідомлення про звільнення і банкрутства.

Готелі Італії намагаються впоратися з коронавірусом за допомогою заходів, які приносять користь для своїх клієнтів. Зокрема, мережі італійських готелей розпочали різні кампанії, щоб зупинити падіння резервів через страх зараження. До прикладу, Room Mate почав спрощувати політику скасування або зміни бронювання, особливо для клієнтів, які не уклали цього права та планують поїздку. Якщо клієнт скасовує подорож, мережа зберігає депозит, який можна використовувати протягом наступних шести місяців [44, с.105]. Avoriz, туристична компанія Grupo Barceló, слідувала цій лінії та розпочала кампанію відміни зборів за скасування всіх своїх бронювань. Клієнти можуть користуватися безкоштовним скасуванням, якщо вони звертаються за 15 днів до запланованої дати організованої поїздки [45, с.92].

З перших днів пандемії COVID-19 сектор авіаперевезень став однією з найбільш постраждалих галузей. За 2020 рік європейський ринок пасажирських авіаперевезень мав рекордне падіння авіаційного трафіку та зниження пасажиропотоку, зумовлене введенням тимчасових заборонних та обмежувальних заходів на здійснення авіаперевезень. Так, пасажирський авіатрафік на квітень 2020 року впав до мінімальних значень: замість стандартних 780 тис. авіарейсів на тиждень виконувалося 280 тис. Багато авіакомпаній можуть припинити своє існування, оскільки у переважній більшості немає подушки ліквідності чи вона дуже мала. Низка досліджень демонструє, що більшість італійських авіакомпаній вже перебувають у стані технічного банкрутства або, принаймні, вийшли за межі своїх кредитних зобов'язань (перестали обслуговувати свої борги). Відсоток можливих банкрутств сягає майже 50% [46, с.59]. Зміщення пасажиропотоку з провідних авіатранспортних вузлів Європи до Італії може стати одним із ключових факторів посткризового розвитку ринку пасажирських авіаперевезень поряд із посиленням на ринку бюджетних авіакомпаній, які, зайнявши домінуючу позицію у структурі маршрутної мережі регіональних аеропортів Європи.

На ринку туристичної індустрії та індустрії розваг на ринку зможуть залишитися тільки ті компанії, які мають значну фінансову «подушку безпеки». COVID-19 терміново змусив переглянути та скоригувати плани не лише на наступний рік, а й на майбутні періоди у сфері туризму та індустрії розваг.

Туризм як економічний вид діяльності є досить вразливою сферою економіки, він реагує на будь-які зміни швидше, ніж будь-яка інша сфера економічної діяльності, але при цьому період відновлення діяльності компаній та відновлення успішності набагато коротший, ніж у інших. Незважаючи на це, туристичний попит стає менш стійким, але ніколи не згасає, що є мотивацією для туристичних організацій при виході з наслідків, завданих пандемією.

Італія має багатий потенціал для розвитку туризму та підходить для любителів різного виду відпочинку цілий рік – для багатьох типів поїздок. Турист у подорожі може зіткнутися з деякими проблемами, яких зможе

уникнути, якщо буде знайомий із потенційними небезпеками перебування в країні. Розглянемо проблеми, з якими може зіткнутися турист в Італії (рис.3.1).

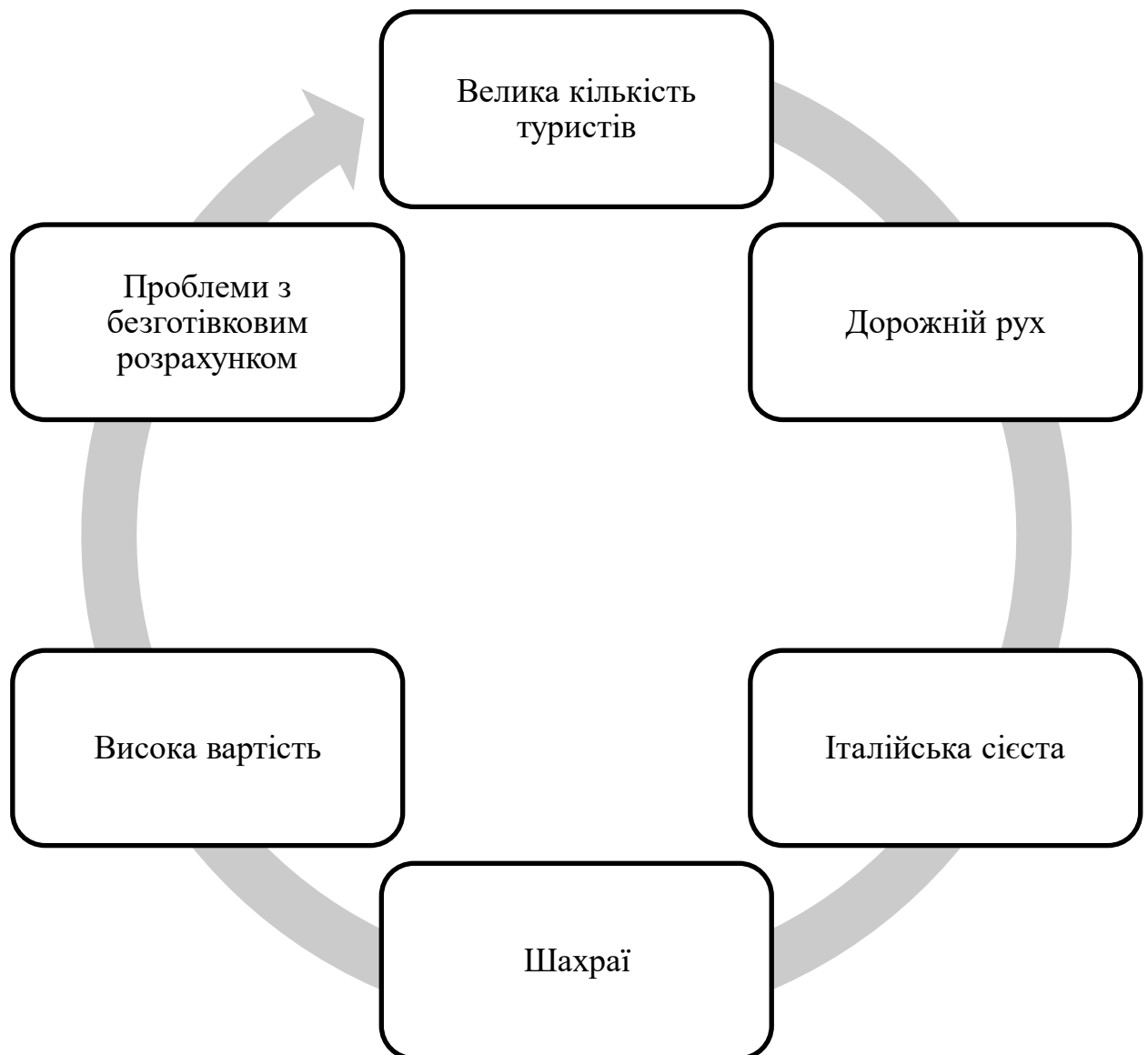


Рис.3.1. Проблеми, з якими може зіткнутися турист в Італії

Джерело: [47, с.29]

Варто розглянути їх детальніше:

1. Велика кількість туристів, які приїжджають сюди цілий рік. З одного боку, це добре - підвищує популярність країни і робить її затребуваною серед мандрівників, але одночасно ця перевага є і недоліком, здатним перекреслити все приємне враження про подорож до Італії.

2. Дорожній рух тут абсолютно неконтрольований. Безліч автомобілів, брак паркувальних місць та пішоходи, байдужі до сигналів світлофора – ось таким уявляється дорожній рух в Італії.

3. Італійська сієста та короткий графік роботи також можуть бути проблемою для туристів. Приїжджаючи на відпочинок, мало хто готовий підлаштуватися під графік магазинів, що закриваються о 20:00, та знамениту сієсту, коли більшість кафе, ресторанів та магазинів закриваються з 13:00 до 16:00.

4. Шахраї – ця проблема поширена як у центральних містах держави, так і у маленьких регіонах. Кишенькові злочини і дрібні злочини здалеку можуть побачити приїжджих і неодмінно приділять їм увагу.

5. Висока вартість. На жаль, не всякий бюджетний турист може дозволити собі подорож до Риму, Мілану або іншого популярного міста Італії.

6. Проблеми з безготівковим розрахунком. У багатьох місцях країни досі не приймаються пластикові карти.

Узагальнюючи все вищесказане, можна дійти невтішного висновку у тому, що пандемія, викликана коронавірусом, є безпрецедентною ситуацією, яка вплинула всі сфери національної туристичної системи Італії. На сучасному етапі не лише життєдіяльність людей має підлаштуватися під нові реалії в умовах підвищеної епідеміологічної обстановки у світі, а й економічні методи та інструменти державного регулювання національної туристичної системи змінюватимуться та впливатимуть на зростання добробуту громадян з урахуванням залучення інформаційних систем.

В умовах, що склалися, особливо важливою стала необхідність об'єднання зусиль стейкхолдерів національної туристичної системи Італії для розробки та реалізації стратегій, що дозволяють відповісти на досить жорсткі виклики, перейти від тактики «максимізації миттєвого прибутку» до стратегії сталого розвитку туризму, системного підходу до управління галуззю з урахуванням інтересів туристичної сфери на основі єдиних норм та правил, що дозволяють збалансувати інтереси всіх учасників.

### **3.2 Напрями вирішення проблем національної туристичної системи Італії**

Криза, пов'язана з пандемією COVID-19, виявила прогалини державної готовності та потенціалу реагування. Успішні та своєчасні дії на національному та міжнародному рівнях, посилення координації у всіх секторах могли б сприяти якнайшвидшій трансформації туристського сектору, а також стимулюванню попиту на послуги туризму.

В цілому, дуже важливим фактором для розвитку туризму на даному етапі є безпека подорожей та контроль захворюваності. Одним із необхідних заходів є обов'язкове тестування туристів на наявність коронавірусної інфекції. На даний момент подібна міра використовується лише для дозволених зовнішніх перельотів, тобто при перетині кордону країни, проте слід запровадити її і для внутрішнього туризму, щоб уникнути спалахів інфекції у курортних районах. Більше того, ретельне прибирання та дезінфекція приміщень, готелів, літаків тощо. дозволить скоротити кількість хворих на COVID-19 мандрівників. Носіння масок, використання антисептиків та турбота про своє здоров'я стала поточним трендом і майже кожен із нас тепер розуміє, що це необхідно.

Внутрішній туризм відновлюватиметься швидше за зовнішній, так як цьому сприяє ряд факторів [48, с. 197]:

- зростання кількості ділових поїздок (повернення їх кількості на рівень нормального функціонування бізнесу);
- відсутність жорстких обмежень на поїздки всередині країни (або їх зняття);
- можливість подорожувати всередині країни без використання авіаперельотів та поїздок залізницею (наприклад, поїздки на власних автомобілях).

Все це сприяє тому, що люди починають подорожувати на внутрішні бази відпочинку до інших регіонів, відвідувати вітчизняні курорти.

Проведене дослідження дозволяє зробити висновок у тому, що під час пандемії необхідно розвивати саме внутрішній туризм, адже терміни його відновлення значно передбачуваніші, ніж у зовнішнього. Для його підтримки необхідно розробляти програми, що дозволяють недорого подорожувати всередині країни, щоб простимулювати приплив туристів із різних куточків Італії. Оскільки бюджет багатьох домогосподарств ослаблений кризою 2020 року, доступність – один із ключових факторів, які треба враховувати у розвитку національної туристичної системи Італії. Саме тому державою варто запровадити кешбек за поїздки всередині країни, розробляти різні бонусні програми тощо. Крім цього, дуже важливо вдаватися до заходів державної підтримки туризму як сфери, яка опинилася у списку найбільш постраждалих від пандемії коронавірусу.

Ще однією з ініціатив, запропонованих для пом'якшення наслідків коронавірусу, є запровадження мультівізи для іноземних туристів. Пом'якшення візового режиму сприятиме збільшенню припливу туристів з-за кордону, а поряд із посиленням контролем за безпекою дозволить уникнути ввезення інфекції з інших країн [49, с.123]. Також важливо розуміти, що у багатьох залишатиметься страх скупчення людей, тому будуть популярні індивідуальні тури з розміщенням в окремих будинках.

Для подальшого розвитку національної туристичної системи Італії пропонуємо впровадження віртуального туризму. В даний час набули поширення численні формати віртуальності, починаючи від всесвітньої мережі Інтернет і закінчуючи популярними відеоіграми. Широта цього явища пояснює складність у її описі та уявленні, устрої та ролі у повсякденному житті людини. Вивчення різних аспектів віртуальності утруднюється у зв'язку з постійною появою нових способів взаємодії з користувачем та модернізацією або повною втратою старих. Слід зазначити, що реальність та віртуальність зараз нерозривно пов'язані і пропонують користувачам безліч симуляцій. В таких умовах формується новий тип споживача – індивідуалізований споживач. Такий тип споживача використовує сучасні технології, купуючи товари в інтернет-



магазинах, замовляючи таксі через агрегатор, бронюючи квиток на авіарейс, тобто, роблячи все те, що міг би з успіхом зробити і в реальному житті. Саме цей симбіоз двох реальностей, а також стрімкий розвиток ІТ-індустрії призвело до того, що віртуалізація повсюдно поширилася майже на всі сфери діяльності, у тому числі на сферу подорожей. В наш час, коли віртуальність стає реальністю, а реальність – віртуальністю, немає жодних сумнівів, що цей вид туризму має величезний потенціал, який заснований на його специфіці, що відображає запити споживача в умовах карантинних обмежень.

До особливостей віртуального туризму, які вигідно відрізняють його від інших видів туризму, можна віднести:

1. Мінімальна витрата особистих ресурсів, зокрема, часу та грошей. Більшість віртуальних турів зараз поширюється безкоштовно. Вартість платного віртуального продукту значно дешевша, ніж реальна подорож. До цих турів не потрібно готуватися, а подорожувати можна з перервами у будь-який зручний час.

2. Можливість відвідати регіони та об'єкти, які у звичайному житті недоступні для певних категорій людей.

3. Безпека для життя та здоров'я мандрівника. Крім того, у віртуальних турах немає ризику форс-мажорних ситуацій, наприклад, затримки вильоту літака, що в реальних подорожах трапляється досить часто і псує споживачу враження про поїздку.

4. Безконтактність. Турист, який не володіє іноземними мовами, не відчуватиме комунікативних труднощів із місцевим населенням.

5. Дозволяє відвідати ті місця, перебування в яких пов'язане з підвищеним ризиком для життя та здоров'я людини, а також місць, відвідання яких вимагає від людини специфічних знань та навичок.

Пропонуємо розробити стратегія розвитку національної туристичної системи Італії, що передбачатиме створення центру маркетингових компетенцій, який може стати ініціатором запуску національної туристичної системи на єдиному онлайн-майданчику. Для стратегії пропонується широкий спектр

рішень, спрямованих на розвиток цифрових технологій у італійському туризмі, серед яких:

- забезпечення можливості ознайомлення з культурними та природними пам'ятками, експозиціями музеїв, туристичними маршрутами в онлайн режимі;
- створення та розвиток сервісів доповненої реальності для навігації по містах та об'єктах показу;
- розробка мультимедійних програм для об'єктів показу, сервісів аудіо- та відео гідів з можливістю інтеграції з GPS-навігацією, використанням QR-кодів для формування запитів.

Поряд із досить високим інтересом споживачів до віртуального туризму як нового напрямку, слід зазначити, що звичайні користувачі здебільшого все ж таки не відносять перегляд віртуальних турів як до окремого виду туризму. Віртуальний туризм на сьогоднішній день розвинений невеликою мірою, але впевненими темпами рухається до подальшого поширення в умовах сучасного технологічного світу. Це перспективний напрямок, який однозначно необхідно розвивати. Глобальна діджиталізація процесів підштовхує учасників ринку до боротьби за клієнта в цифровому просторі, оскільки тягне за собою безліч переваг як для компаній, так і для споживачів.

### **3.3 Перспективи розвитку національної туристичної системи Італії**

Індустрія туризму зазнала величезного удару в 2020 році внаслідок блокувань та обмежень на поїздки, спрямованих на стримування поширення COVID-19, що змусило людей у всьому світі обмежити свою діяльність та позбутися коштів для існування. Зростання рівня вакцинації та ослаблення обмежень на поїздки дозволили трохи відновитися у другій половині 2021 року, хоча поширення штаму вірусу Omicron у грудні викликало ще одне падіння як у бронюванні поїздок, так і у галузевому оптимізмі. Темпи відновлення

залишаються повільними та нерівномірними в різних регіонах світу через різний рівень обмежень на пересування, рівень вакцинації та впевненості мандрівників.

Проблеми на цьому шляху можуть і будуть перетворені на можливості для розвитку сектору подорожей та туризму Італії, який адаптуватиметься, зміцнюватиметься і зрештою стане сильнішим. Цей обсяг роботи може стати джерелом натхнення та оптимістичної мети, а дії, вжиті сьогодні, є важливими конструкційними блоками для формування довгострокової стійкості національної туристичної системи Італії. Логіка розвитку пандемії COVID-19, що змінюється в часі, викликає відповідні зміни в ситуаційних концепціях та їх практичному втіленні в глобальній індустрії гостинності та туризму, що призводить до зсуву тимчасових кордонів термінів повернення міжнародного туризму до допандемічного рівня.

Нинішня криза – це можливість створити стійкішу національну туристичну систему Італії. Пріоритетними напрямками перетворення національної туристичної системи Італії після пандемії COVID19 стануть (рис.3.2):

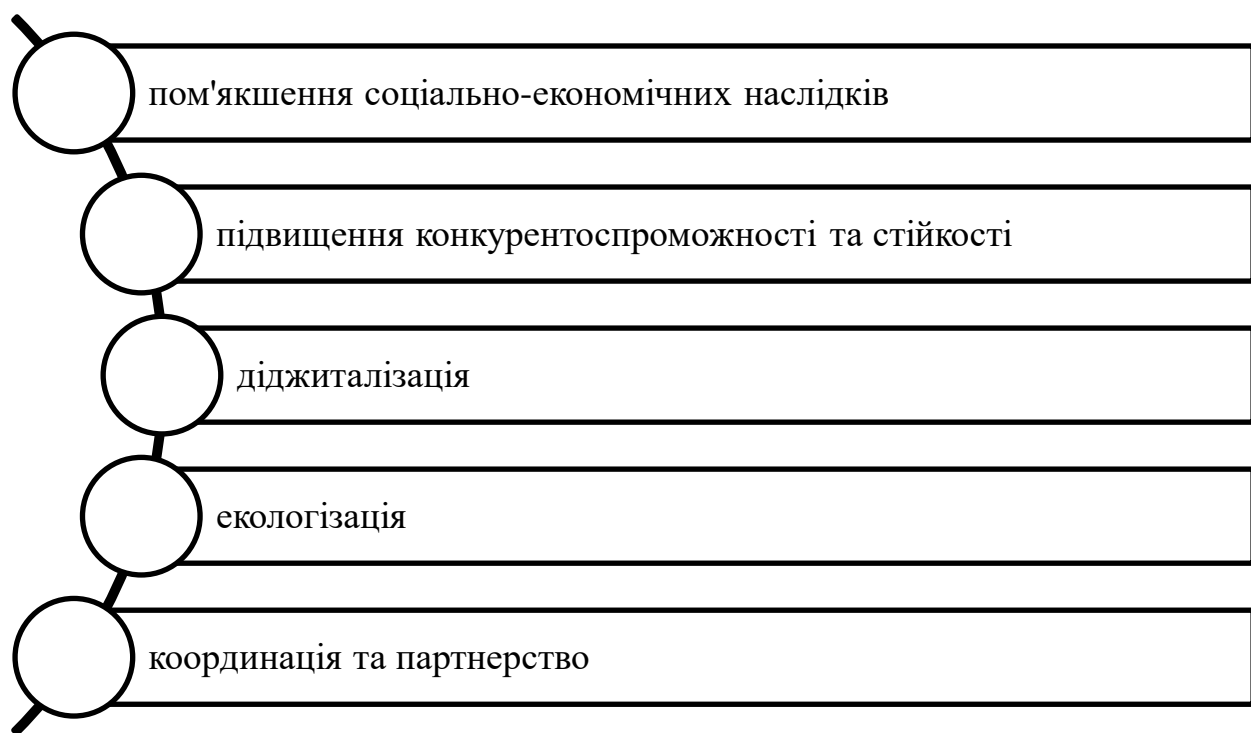


Рис.3.2. Пріоритетні напрями удосконалення національної туристичної системи Італії

Джерело: [50, с.78]

Варто розглянути їх детальніше:

1) пом'якшення соціально-економічних наслідків (збереження робочих місць, зміцнення довіри та безпеки);

2) підвищення конкурентоспроможності та стійкості (розвиток туристичної інфраструктури та підвищення якості послуг, диверсифікація продуктів і ринків, просування внутрішнього туризму). Переваги та поведінка мандрівників змінилися у бік знайомого, передбачуваного та надійного. У короткостроковій перспективі переважатимуть внутрішні канікули, екстенсивне планування, відпочинок на свіжому повітрі, а туристичні підприємства та напрямки вже адаптуються до цього виду попиту;

3) діджиталізація (цифровізація туристичної екосистеми, створення інноваційних рішень, інвестиції у цифрові навички). COVID-19 виявився несподіваним каталізатором у прагненні сектора подорожей та туризму до інновацій та інтеграції нових технологій. На тлі широкого розповсюдження замовлень на дім зростає впровадження та споживання цифрових технологій, і споживачі тепер очікують серед іншого безконтактних технологій як основну умову для безпечної та безперешкодної подорожі;

4) екологізація (сприяння сталому розвитку, використання вуглецево-нейтральних рішень, розвиток екотуризму). Від проблематики великого безробіття та антирасистських рухів до відновлення природного довкілля – світ отримав новий імпульс для вирішення проблем соціальної, екологічної та інституційної стійкості. Зокрема, підвищена поінформованість громадськості про браконьєрство та нелегальні ринки призвела до посилення пропаганди захисту дикої природи та розвитку нових напрямків екологічного туризму;

5) координація та партнерство для трансформації сектора та досягнення цілей сталого розвитку.

Так як індустрія туризму в цілому першою відчула такого роду кризові явища, із закриттям кордонів, ізоляцією, скасуванням великомасштабних заходів, і всі ці обмеження ще довгий час впливатимуть на відновлення сфери туризму та галузей, що примикають до нього, в майбутньому незалежно від

сценарію у сфері туризму буде спостерігатися різке та довгострокове скорочення витрат, оскільки віртуальні зустрічі та онлайн системи почали переважати [51, с.4].

Якщо скорочення кількості поїздок продовжиться внаслідок змін у перевагах мандрівників або економічних проблем, Італія, що залежить від туризму, буде змушена стати на важкий шлях диверсифікації своєї економіки. Інвестиції в сектори, відмінні від туризму, є довгостроковою метою, але їм сприятиме зміцнення зв'язків між туризмом і місцевим сільським господарством, виробництвом та розвагами.

Якою буде національна туристична система Італії після безпрецедентної кризи та вимушеної трансформації, пов'язаних із пандемією COVID-19, важко сказати. Проте з достатньою часткою впевненості можна стверджувати, що вона зможе відновитися сама і сприяти відродженню італійської економіки та суспільства завдяки своїй здатності адаптуватися до змін та пропонувати інноваційні підходи в умовах нових викликів. Очевидно, що в Італії максимально будуть задіяні фактори конкурентоспроможності національного туризму, а також відбуватиметься модернізація послуг туристичної індустрії у зв'язку з новими умовами господарювання та посиленням заходів безпеки, що подорожують у постпандемійний період. Також дуже важливо забезпечити узгодженість дій державних адміністрацій та туристичного бізнесу для підвищення ефективності спільних зусиль щодо пом'якшення наслідків пандемії COVID-19 та відновлення економіки туристичних дестинацій.

## ВИСНОВКИ

Комплексне дослідження національної туристичної системи Італії для виявлення перспективних напрямків її розвитку дозволило зробити наступні висновки.

Дослідивши поняття національної туристичної системи, бачимо, що національну туристичну систему можна охарактеризувати як складну, частково автономну соціально-економічну систему в межах однієї країни. Вона має певні історичні, географічні, етнічні, духовні, політичні та економічні межі і є поєднанням природної, культурної, історичної, інфраструктурної, організаційної та технологічної складових, суб'єктів ринку та регіональних спільнот, які виробляють і продають товари для споживання туристами. Розвиток національної туристичної системи дозволить створити сучасну, ефективну та конкурентоспроможну туристичну галузь, яка, з одного боку, надає широкі можливості для задоволення потреб вітчизняних та іноземних громадян, а з іншого боку, для розвитку національної економіки.

Охарактеризувавши структуру національної туристичної системи, можемо зробити висновок, що вона розуміється як сукупність елементів і стійких взаємозв'язків між ними, що забезпечують її цілісність і збалансованість, виходячи з цілей і функцій системи. Для найбільш повного характеру національної туристичної системи виділено чотири її структурні компоненти, такі як функціональна галузева підсистема, організаційно-управлінська підсистема, соціально-економічна та територіально-виробнича підсистеми, які взаємодіють на основі спільних процесів та забезпечують якісне надання туристичних послуг населенню.

Виділивши методичні засади дослідження національної туристичної системи зазначимо, що проблеми структурно-динамічного аналізу національної туристичної системи будуть розглянуті з позицій системного підходу за чотирьох етапами: збір інформації, вивчення факторів становлення та розвитку, дослідження сучасного стану, виявлення проблем і перспектив розвитку. Для

аналізу структури та динаміки національної туристичної системи буде використаний узагальнений підхід. Важливе значення має діалектичний підхід, який виявляється в аналізі розвитку, єдності та відношення до інших явищ і процесів. Це дозволяє національну туристичну систему як цілісну складну та таку, що постійно розвивається на основі своїх конкретних закономірностей.

Надавши загальну характеристика національної туристичної системи Італії, можемо зробити висновок, що Італія має величезний потенціал для розвитку нових та вдосконалення вже існуючих видів туризму, а значить цілком можливе її перетворення на світового лідера з надання туристичних послуг та кількості туристів. Її головною перевагою є географічне розташування – у центрі основних міжнародних туристичних потоків. А природні умови країни сприяють статусу основного туристичного регіону світу. Крім того, країна має унікальні об'єкти туристичного показу, добре розвинену туристичну інфраструктуру, що також сприяє залученню в країну великої кількості туристів практично з усіх регіонів і країн світу.

Характеристика структурно-функціональних параметрів національної туристичної системи Італії показала, що Італія – один з основних туристичних центрів світу. Цьому сприяють переваги географічного положення та природно-кліматичні умови, наявність великої кількості історико-архітектурних та культурних пам'яток. Кожен регіон, намагаючись залучити велику кількість туристів, покращує туристичну інфраструктуру. Ближче до півдня спеціалізація скорочується і рівень розвитку туризму значно нижчий порівняно з північними регіонами (Неаполь та Південна Італія, Сицилія, Сардинія). Це пов'язано з історичними причинами. Південна Італія найбільш повільно розвивається, ніж Північна. І хоча у Південній та острівній Італії великий історико-культурний потенціал, цьому регіону не вистачає розвиненої на високому рівні туристичної інфраструктури.

Характеристика динамічних параметрів національної туристичної системи Італії показала, що за кількістю міжнародних туристичних прибуттів Італія займає п'яте місце у світі після Франції, Іспанії, США та Китаю. За 2011-2019

роки динаміка кількості туристів, що відвідали Італію мала тенденцію до зростання та за 9 років зросла на 36%. В 2020 році кількість туристів в Італії скоротилась майже на 300%, що пов'язано з пандемією коронавірусу. У сучасних умовах кризи та нестабільності, спричиненої пандемією Covid-19, туризм, як і багато інших галузей, зазнав серйозних втрат. Найбільша кількість туристів прибувало з наступних країн: Німеччина, Великобританія, Франція, Греція, Болгарія. У топ-10 країн також увійшли Румунія, США, Туреччина, Сербія та Албанія. Індустрія туризму займає вагомую роль у формуванні ВВП Італії, не зважаючи на те, що її частки скоротилась з 10,3% в 2011 році до 7% в 2020 році. Це викликано, в першу чергу, скороченням доходів від індустрії туризму (на більш ніж 60% за досліджуваний період) наслідок скорочення кількості туристів та коронавірусної кризи. Жорсткі умови пандемії Covid-19 практично зупинили туристичну діяльність, а введені обмеження відкинули галузь на два десятиліття – до початку 2000-х років, звівши до абсолютного мінімуму багаторічні досягнення в галузі розвитку масового туризму в Італії.

Коронавірусна криза далека від завершення, оскільки через мутації коронавірусу багато країн знову вводять більш суворі обмеження на поїздки. Стрічка новин повідомляє, що коронавірусна обстановка в даний час в Італії також залишається важкою. Однак, Італія готується до перезапуску міжнародного туризму. Поступове впровадження вакцини проти COVID-19 допоможе відновити довіру споживачів, що сприятиме ослабленню обмежень на поїздки та нормалізації та відновленню подорожей до Італії.

До початку коронакризи національна туристична система Італії активно розвивалась та майже не мала проблем та бар'єрів для подальшого розвитку. Вплив пандемії на національну туристичну систему Італії виявилось катастрофічним. Глобальна пандемія призвела до зупинки авіаційної галузі, закрила готелі та вплинула на індустрію туризму у багатьох відношеннях.

Якою буде національна туристична система Італії після безпрецедентної кризи та вимушеної трансформації, пов'язаних із пандемією COVID-19, важко сказати. Проте з достатньою часткою впевненості можна стверджувати, що вона



зможе відновитися сама і сприяти відродженню італійської економіки та суспільства завдяки своїй здатності адаптуватися до змін та пропонувати інноваційні підходи в умовах нових викликів. Очевидно, що в Італії максимально будуть задіяні фактори конкурентоспроможності національного туризму, а також відбудуватиметься модернізація послуг туристичної індустрії у зв'язку з новими умовами господарювання та посиленням заходів безпеки, що подорожують у постпандемійний період. Також дуже важливо забезпечити узгодженість дій державних адміністрацій та туристичного бізнесу для підвищення ефективності спільних зусиль щодо пом'якшення наслідків пандемії COVID-19 та відновлення економіки туристичних дестинацій.

Перспективами розвитку національної туристичної системи Італії є пом'якшення соціально-економічних наслідків; підвищення конкурентоспроможності та стійкості; діджиталізація; екологізація; координація та партнерство для трансформації сектора та досягнення цілей сталого розвитку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тарнавська Т.В. Генеза поняття "система": історичний огляд / Духовність особистості: методологія, теорія, практика // Т.В.Тарнавська. - 2011. - № 6 (47). - С. 130-135.
2. Кононова І.В. Регіональна соціально-економічна система як категорія економічних досліджень / І.В. Кононова // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. - 2020. - Вип. 1 (24). - С. 269-274
3. Мазаракі А. А. Трансформації туристичної системи в умовах цифровізації / А. А. Мазаракі, М. Г. Бойко, А. Г. Охріменко // Економіка України. - 2021. - № 12. - С. 3-21.
4. Максютова О. В. Системний підхід до формування та функціонування туристично-рекреаційного бізнесу / О. В. Максютова // Бізнес Інформ. - 2021. - № 10. - С. 233-239.
5. Шиманська В. В. Оцінка основних макроекономічних вимірів функціонування національного туристичного комплексу в системі світогосподарських міжгалузевих зв'язків / В. В. Шиманська. // Економіка. Управління. Інновації. - 2017. - № 1. – С.11-17.
6. Охріменко А. Г. Імперативи розвитку національної туристичної системи / А. Г. Охріменко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. - 2017. - Вип. 23(1). - С. 59-62.
7. Мазаракі А.А. Форсайт розвитку національної туристичної системи / А. Мазаракі, М. Бойко, А. Охріменко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2018. - № 3. - С. 5-22.
8. Маловичко С. В. Трансформаційна система послуг туристичної сфери: виклики сьогодення / С. В. Маловичко, В. В. Барабанова // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. - 2020. - № 1. - С. 66-74.
9. Підгірна В. Н. Характеристика системи менеджменту туристичної індустрії на сучасному етапі / В. Н. Підгірна, О. М. Данілова // Вчені записки

- Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. - 2020. - Т. 31(70), № 1. - С. 65-71.
10. Коркуна О. І. Інноваційний розвиток як напрям функціонування регіональних туристичних систем / О. І. Коркуна, О. В. Никига, О. Г. Підвальна // Інноваційна економіка. - 2020. - № 3-4. - С. 98-104.
  11. Іващенко А. В. Вдосконалення системи управління фінансовими ресурсами туристичних підприємств та методичні підходи до аналізу ефективності їх діяльності / А. В. Іващенко, В. О. Бабієць, А. Ю. Блоріна // Економіка. Фінанси. Право. - 2020. - № 10(1). - С. 28-31.
  12. Грабар М. В. Інформаційні системи та технології на туристичному ринку: сучасність та перспективи / М. В. Грабар // Інфраструктура ринку. - 2020. - Вип. 39. - С. 26-32.
  13. Босовська М. В. Конкурентоспроможність національної туристичної системи України / М. В. Босовська, Н. І. Ведмідь, А. Г. Охріменко // Науковий вісник Херсонського державного університету. - 2019. - Вип. 33. - С. 154-161.
  14. Васильців Т. Г. Державне регулювання розвитку туристичного комплексу як галузевий елемент системи економічної безпеки держави / Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, О. В. Рудковський, С. О. Белікова // Проблеми економіки. - 2019. - № 2. - С. 31-38.
  15. Байда Б. Ф. Система менеджменту туризму держави у контексті детермінант туристичного попиту і квінтесенції функціонування національної економіки / Б. Ф. Байда // Вісник Хмельницького національного університету. - 2019. - № 6(1). - С. 25-27.
  16. Лохман Н. В. Систематика концептуальних засад розвитку інноваційного потенціалу туристичних підприємств / Н. В. Лохман // Торгівля і ринок України. - 2019. - № 2. - С. 114-122.
  17. Ткаченко Т. І. Вплив глобальних дистрибутивних систем на розвиток сучасного туристичного бізнесу / Т. І. Ткаченко, Є. В. Козловський // Економіка та держава. - 2018. - № 6. - С. 56-59.

- 18.Бойко М. Транзитивність національної туристичної системи / М. Бойко, Н. Ведмідь, А. Охріменко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. - 2018. - № 5. - С. 55–69.
- 19.Максимюк С. О. Дослідження поняття туристичного комплексу як об'єкта державної політики у формуванні системи забезпечення його економічної безпеки / С. О. Максимюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2018. - № 2. - С. 65-68.
- 20.Голод А. П. Суть та принципи модернізації регіональних туристичних систем / А. П. Голод, М. В. Криштопа // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. - 2017. - № 3. - С. 27-31.
- 21.Охріменко А. Г. Мультисуб'єктність управління національною туристичною системою / А. Г. Охріменко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. - 2017. - Вип. 14(2). - С. 48-52.
- 22.Орленко О. В.Значення туризму в розвитку національної та світової економіки / О. В. Орленко // Інфраструктура ринку. - 2016. - Вип. 2. - С. 84-87.
- 23.Самодай В. П. Особливості застосування маркетингових інструментів у туризмі з урахуванням тенденцій національної економіки / В. П. Самодай, Н. А. Пішта // Науковий вісник Чернівецького університету. - 2016. - Вип. 773-774. - С. 68-73.
- 24.Захарін С. Роль туризму у справі збереження та популяризації об'єктів національної культурної спадщини / С. Захарін // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. - 2020. - Т. 3, № 1. - С. 55-71.
- 25.Ніколайчук О. А. Оцінка дієвості національних моделей розвитку туризму в країнах Центрально-Східної Європи / О. А. Ніколайчук // Modern economics. - 2019. - № 18. - С. 114-123.
- 26.Байда Б. Ф. Система менеджменту туризму держави у контексті детермінант туристичного попиту і квінтесенції функціонування національної економіки

- / Б. Ф. Байда // Вісник Хмельницького національного університету. - 2019. - № 6(1). - С. 25-27.
- 27.Борисюк О.А. Туристичний маркетинг як інструмент дослідження регіонального туристичного ринку / О.А.Борисюк // Географія та туризм: зб. наук. праць.– К.: Альтер-прес, 2015.– Вип. 33. – С.29-37.
- 28.Гришук А. М. Визначення впливу розвитку туризму на національну економіку / А. М. Гришук, Ю. О. Масюк // Економічний аналіз. - 2015. - Т. 21, № 1. - С. 26-33.
- 29.Ільтьо Т. І. Перспективи розвитку національного туризму в умовах кризових явищ / Т. І. Ільтьо // Вісник ХНАУ. - 2015. - № 3. - С. 96-102.
- 30.Дудник І. М. Методичні особливості дослідження регіональних авіатранспортних систем / І. М. Дудник, О. А. Борисюк // Наукові записки. Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія : Географія. - 2011. - Вип. 22. - С. 110-115.
- 31.Дудник І. М. Методологічна роль категорії "суспільно-географічна система" в управлінні розвитком регіону / І. Дудник, О. Борисюк // Економічна та соціальна географія. - 2015. - Вип. 1. - С. 23-26.
- 32.Беркова О. П. Географічний регіон як об'єкт туристичного маркетингу / О. П. Беркова, О. А. Борисюк, І. М. Дудник // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія. - 2019. - Вип. 1. - С. 75-81.
- 33.Мархонос С. М. Туристична сфера як фактор підвищення інвестиційної привабливості регіону [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2012\\_1\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_30)
- 34.Карта Італії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrita.com/karta-italiyi/>
- 35.Italian National Tourism Agency. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.enit.it/wwwenit/en/>
- 36.The Travel & Tourism Competitiveness Report. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)

37. Italy Annual Research: key highlights. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-data>
38. Italy Visitor Arrivals. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ceicdata.com/en/indicator/italy/visitor-arrivals>
39. Total contribution of travel and tourism to GDP in Italy from 1999 to 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/627988/tourism-total-contribution-to-gdp-italy/>
40. Number of hotel facilities in Italy from 2010 to 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/794272/number-of-hotels-in-italy/>
41. Annual turnover of the accommodation and food service activities industry in Italy from 2011 to 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/382746/turnover-accommodation-food-service-activities-italy/>
42. Марценюк Л. В. Напрями зниження негативного впливу пандемії коронавірусу на туристичну сферу / Л. В. Марценюк, К. С. Батмангліч // Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ. - 2020. - № 3. - С. 214-221.
43. Белоусова Н. В. Сучасні реалії діяльності туристичного ринку України в коронавірусний період: виклики та практичні рішення / Н. В. Белоусова, О. О. Скоростецька // Географія та туризм. - 2020. - Вип. 57. - С. 3-8.
44. Казюка Н. П. Антикризовий маркетинг у туристичному бізнесі в умовах пандемії коронавірусу / Н. П. Казюка // Економічна теорія та право. - 2021. - № 1. - С. 103-117.
45. Шуптар-Пориваєва Н. Й. Перспективи інноваційного розвитку туристичної сфери в Україні в умовах коронавірусної кризи / Н. Й. Шуптар-Пориваєва, О. Р. Губанова, М. О. Попова, О. С. Андрущенко // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. - 2020. - Вип. 6. - С. 90-96.

- 46.Аппельт Г. В. Визначення змін у туристичній галузі, що сформувалися під впливом загальноприйнятих заходів безпеки у зв'язку з пандемією COVID-19 / Г. В. Аппельт // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. - 2020. - Вип. 43. - С. 58-62.
- 47.Мазаракі А. Світовий туризм у період пандемії COVID-19 / А. Мазаракі, Т. Ткаченко, О. Гладкий // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2020. - № 5. - С. 27-41.
- 48.Смирнов І. Туристичний бізнес під час пандемії COVID-19: світовий та український досвід / І. Смирнов, О. Любіцева // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. - 2020. - Т. 3, № 2. - С. 196-208.
- 49.Даниленко-Кульчицька В. А. Вплив пандемії Covid-19 на туристичний ринок світу та України / В. А. Даниленко-Кульчицька // Причорноморські економічні студії. - 2020. - Вип. 58(1). - С. 120-124.
- 50.Вольська А. О. Туристична сфера в умовах пандемії COVID–19: соціально-філософський аспект / А. О. Вольська, В. С. Дудченко // Сучасні питання економіки і права. - 2020. - Вип. 2. - С. 76-82.
- 51.Бондаренко А. Г. Вплив пандемії COVID-19 на міжнародний туризм / А. Г. Бондаренко, Н. О. Дугієнко // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. - 2020. - Вип. 3. - С. 3-7.

## ДОДАТКИ

Додаток А

Римський Колізей



Додаток Б

Замок Сфорца (м. Мілан)

