

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА**

**Факультет геології, географії, рекреації і туризму**

***Кафедра фізичної географії та картографії***

*До захисту допустити*

*Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ Анатолій БАЙНАЗАРОВ*

*« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.*

**ХАРАКТЕРИСТИКА  
ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ІТАЛІЇ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

Виконала: студентка 4 курсу, групи ГР-41

спеціальності 106 «Географія»

ОПП «Географія рекреації та туризму»

**Полякова Жанна Вікторівна**

Науковий керівник:

**к. геогр. н., доцент Світлана Іванівна Решетченко**

*Кваліфікаційна робота захищена з оцінкою*

\_\_\_\_\_  
*Голова ЕК Тарас ПОГРЕБСЬКИЙ*

\_\_\_\_\_  
*Секретар ЕК Олена ПЕДЬ*

*« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.*

**Харків – 2025**

## ЗМІСТ

ВСТУП	.....	3
РОЗДІЛ 1.	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ.....	5
1.1.	Туристсько-рекреаційні ресурси: визначення, основні характеристики та складові елементи.....	5
1.1.1.	<i>Визначення сутності терміну «туристсько-рекреаційні ресурси».....</i>	5
1.1.2.	<i>Класифікація туристсько-рекреаційних ресурсів.....</i>	10
1.2.	Туристсько-рекреаційні ресурси як базовий елемент формування та розвитку туристичної і рекреаційної діяльності.....	16
1.3.	Методологічні основи аналізу та вивчення туристсько- рекреаційних ресурсів.....	22
РОЗДІЛ 2.	ТУРИСТИЧНІ ТА РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ ІТАЛІЇ .....	24
2.1.	Природно-географічні ресурси.....	24
2.2.	Природно-антропогенні ресурси.....	28
2.3.	Історико-культурні ресурси .....	30
2.4.	Інфраструктурні ресурси.....	36
2.5.	Об’єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.....	40
2.6.	Основні туристичні центри Італії.....	42
РОЗДІЛ 3.	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ.....	52
3.1.	Ретроспективний аналіз становлення та розвитку туристичної галузі Італії.....	52
3.2.	Сучасні тенденції ринку туристичних послуг Італії.....	56
3.3.	Проблеми та перспективи розвитку туризму Італії.....	59
ВИСНОВКИ.....	.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	.....	69

## ВСТУП

*Актуальність роботи.* Дослідження туристсько-рекреаційних ресурсів Італії зумовлено її провідною роллю на світовому туристичному ринку. Країна входить до переліку найвідвідуваніших у світі завдяки унікальному поєднанню культурно-історичної спадщини, природних ландшафтів, розвиненої інфраструктури та високого рівня обслуговування. Вивчення туристичного потенціалу Італії дозволяє глибше зрозуміти особливості її туристсько-рекреаційних ресурсів, а також сприяти розробці ефективних стратегій для подальшого розвитку галузі. Італія завжди приваблювала туристів з усього світу. Країна вирізняється не лише своєю унікальною історико-культурною спадщиною, а й різноманітністю видів відпочинку: від пляжного до гірськолижного, від захоплюючого шопінгу до гастрономічних вражень світового рівня. Усі регіони Італії активно використовують природні ресурси та культурне надбання для розвитку туристичної сфери.

Дослідження туристсько-рекреаційних ресурсів Італії є важливим та актуальним з кількох причин. По-перше, Італія залишається однією з найпопулярніших туристичних дестинацій у світі, зі своєю багатою історією, культурою та кулінарними традиціями. Дослідження ресурсів країни дозволяє зрозуміти, як краще використовувати їх для залучення туристів та розвитку місцевої економіки. Крім того, дослідження туризму Італії є важливим для визначення можливостей сталого розвитку, рівномірного розподілу туристичних потоків між регіонами та підтримки місцевих громад.

*Метою роботи є* дослідити та дати узагальнену характеристику туристсько-рекреаційним ресурсам Італії.

*Завдання даної роботи полягають у наступному:*

➤ розглянути теоретичні та методологічні основи вивчення туристсько-рекреаційних ресурсів, зокрема з'ясувати ключові поняття, суть і структуру цих ресурсів, а також визначити основні підходи до їх дослідження;

- надати характеристику туристсько-рекреаційним ресурсам Італії, зокрема проаналізувати їхню територіальну та структурну специфіку: природно-географічні, природно-антропогенні, суспільно-історичні та інфраструктурні компоненти;
- проаналізувати просторові та часові аспекти розвитку туризму в Італії, зокрема простежити динаміку туристичних потоків та оцінити вплив основних чинників на туристичну галузь;
- визначити основні проблеми, що стримують розвиток туризму в країні та окреслити перспективні напрями його подальшого вдосконалення.

*Об'єктом роботи є туристсько-рекреаційні ресурси Італії.*

*Предметом роботи виступають особливості розміщення та використання туристсько-рекреаційних ресурсів на території країни.*

*У процесі виконання дослідження було застосовано комплекс різноманітних дослідницьких методів, зокрема: аналіз і синтез, індукція та дедукція, описовий і літературний методи, метод порівняння, систематизація, а також математичні, статистичні, графічні й картографічні методи.*

*Інформаційною основою в роботі були статистичні матеріали Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), Європейського статистичного офісу (Eurostat), Федерального міністерства сталого розвитку та туризму, офіційні веб-ресурси, туристичні портали, а також наукові, навчально-методичні та періодичні видання, зібрані у фондах Центральної наукової бібліотеки імені В. Н. Каразіна.*

*Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (53 найменування). Загальний об'єм роботи – 73 сторінки.*

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

#### **1.1. Туристсько-рекреаційні ресурси: визначення, основні характеристики та складові елементи.**

*1.1.1. Визначення сутності терміну «туристсько-рекреаційні ресурси».* Туризм є одним із ключових секторів економіки. Останніми роками попит на подорожі зростає, оскільки туристи все більше цікавляться автентичними місцями, бажають зануритися в місцеву культуру та традиції, а також ставляться з повагою до культурного середовища. Основою розвитку туризму та рекреації в будь-якій країні світу є її туристичні та рекреаційні ресурси.

*Туристичні ресурси* – це природні, історико-культурні, соціально-економічні об'єкти та явища, які приваблюють туристів і можуть бути використані для розвитку туризму. Вони включають природні ландшафти, водойми, кліматичні умови, архітектурні пам'ятки, музеї, національні парки, традиції, фестивалі, гастрономію та інші елементи, що сприяють туристичній діяльності [31].

*Первинні туристичні ресурси* – це природні та культурно-історичні об'єкти, які спочатку існують незалежно від туристичної діяльності, але мають привабливість для відвідувачів. Вони є основою розвитку туризму і не потребують значної модифікації для залучення туристів. До первинних туристичних ресурсів належать: природні ресурси (гори, річки, моря, озера, печери, ліси, унікальні ландшафти, кліматичні умови); культурно-історичні ресурси (архітектурні пам'ятки, музеї, історичні місця, релігійні святині, етнографічні об'єкти); етнографічні та соціокультурні ресурси (традиції, звичаї, фестивалі, національна кухня, ремесла). Ці ресурси створюють основу для розвитку різних видів туризму, таких як екологічний, культурний, паломницький та пригодницький [31].

*Вторинні туристичні ресурси* – це об’єкти та інфраструктура, створені людиною спеціально для розвитку туризму та забезпечення комфортного перебування туристів. Вони не існують самі по собі, а формуються та розвиваються в процесі туристичної діяльності. До вторинних туристичних ресурсів належать: туристична інфраструктура (готелі, кемпінги, хостели, ресторани, кафе, туристичні бази, інформаційні центри); транспортна інфраструктура (аеропорти, залізничні та автобусні станції, дороги, прокат автомобілів, круїзні порти); рекреаційні об’єкти (аквапарки, гірськолижні курорти, пляжні комплекси, санаторії, спа-центри); розважальні та культурні заклади (театри, кінотеатри, концертні зали, торгові центри, парки розваг); сервісні послуги (екскурсійні бюро, гіді, туристичні агентства, прокат спорядження, страхові послуги). Вторинні ресурси відіграють важливу роль у забезпеченні якісного туристичного досвіду та сприяють комфортному перебуванню туристів у певній локації [31].

## *Туристичні ресурси*

- поєднанні природні та соціально-культурні комплекси та їх елементи, які здатні задовольнити фізіологічні та соціальні проблеми людей, відновити працездатність населення й можуть використовуватись для споживання туристичного продукту опосередковано (І. В. Смаль).
- особливі властивості природного середовища, їх поєднання, прояви людської діяльності, природні, соціально-культурні та історичні об’єкти, які є предметом зацікавлення туристів. Вони стимулюють до подорожі та здатні задовольнити потреби відновлення та розвитку розумових, фізичних, емоційних та інтелектуальних сил. Такими ресурсами можуть бути як історичні пам’ятки чи природний ландшафт, так і просто чисте повітря, тиша та гостинне ставлення людей (М. П. Мальська).
- сукупність природно-кліматичних, історико-культурних, оздоровчих і соціально-побутових ресурсів, які задовольняють різноманітні потреби туристів (О. О. Любіцева).
- блага, маючи деяку споживчу вартість (М. С. Мироненко).
- сукупність природних та антропогенних об’єктів з комфортними властивостями, придатними до створення турпродукту (Я. Б. Олійник та А. В. Степаненко).

Рис. 1.1. Визначення сутності терміну «туристичні ресурси» (узагальнено та побудовано автором за даними [23-25, 33,34])

*Рекреаційні ресурси* – це природні, культурні та соціально-економічні об’єкти, які використовуються для відпочинку, оздоровлення та відновлення фізичних і психологічних сил людини. Вони є основою для розвитку рекреаційної діяльності, зокрема екологічного туризму, санаторно-курортного відпочинку, активного відпочинку тощо. Основні види рекреаційних ресурсів: природні рекреаційні ресурси (ліси, річки, озера, моря, гірські масиви, печери, мінеральні та термальні джерела, кліматичні умови); культурно-історичні рекреаційні ресурси (архітектурні пам’ятки, історичні місця, музеї, етнографічні об’єкти, традиції та свята); соціально-економічні рекреаційні ресурси (туристична та санаторно-курортна інфраструктура, спортивні комплекси, центри відпочинку, аквапарки, кемпінги, бази відпочинку). Рекреаційні ресурси відіграють важливу роль у збереженні здоров’я та підвищенні якості життя людей, сприяючи розвитку екотуризму, лікувального туризму та активного відпочинку [26].

## ***Рекреаційні ресурси***

- природні, природно-технічні та соціально-економічні геосистеми з їх елементами, які можуть бути використані для організації рекреаційного господарства, за існуючих технічних і матеріальних можливостей (В. С. Преображенський, Л. А. Багрова, М. В. Багров).
- природні й антропогенні явища та об’єкти, які використовуються в організації рекреаційної діяльності (М. С. Мироненко, І. П. Твердохлебов).
- об’єкти та явища природного й антропогенного походження, що можуть бути використані для відпочинку населення, його оздоровлення і туризму (Н. В. Фоменко).
- частина туристичних ресурсів, яка представляє собою природні та антропогенні геосистеми, тіла та явища природи, що можуть бути використані в організації оздоровлення та рекреаційної діяльності деякого людського прошарку за певний час за допомогою існуючих технологій та наявних матеріальних можливостей (М. С. Мироненко).
- об’єкти, явища та процеси природного чи антропогенного походження, що можуть бути основою для оздоровлення та відпочинку населення. Тобто, головною властивістю рекреаційних ресурсів є здатність відновлювати й розвивати духовні та фізичні сили людини, мається на увазі саме курортно-лікувальний та рекреаційний вид туризму (П.О. Масляк).

Рис. 1.2. Визначення сутності терміну «рекреаційні ресурси» (узагальнено та побудовано автором за даними [26, 38, 41])

*Рекреаційні ресурси* вважаються вразливими до зовнішніх впливів, оскільки різні фактори, такі як шум, інтенсивний рух транспорту чи забруднення повітря, можуть погіршувати або навіть повністю знижувати їхню привабливість для відпочинку та оздоровлення [38].

*Рекреаційні ресурси* – це поєднання природних, техногенних та соціально-економічних об'єктів і факторів, які забезпечують відпочинок, оздоровлення та сприяють відновленню фізичних і духовних сил людини, підвищуючи її працездатність [38].

<p><b><i>Рекреаційні умови</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•сукупність компонентів і властивостей природного середовища, які сприяють розвитку рекреаційної діяльності. Відповідно, ступінь сприятливості розвитку окремих форм рекреаційної діяльності обумовлюють особливості ландшафту, біокліматичні та гідромінеральні, флористичні та фауністичні ресурси, а також природні можливості для різних видів рекреаційної діяльності.</li> </ul>
<p><b><i>Рекреаційні ресурси</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•природні, природно-технічні і соціально-економічні геосистеми та їх елементи, які за існуючих технічних і матеріальних можливостей можуть бути використані для організації рекреаційного господарства; ланка складного ланцюга уявлень про сферу діяльності: природний або соціально-технічний об'єкт – умови відпочинку – ресурси – фонди».</li> </ul>
<p><b><i>Природні рекреаційні ресурси</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•природні територіальні комплекси, компоненти природного середовища та їх складові, якісні і кількісні параметри яких сприяють для рекреаційної діяльності, виступають або можуть виступати матеріальною основою для організації туризму, відпочинку, рекреації, оздоровлення та лікування населення. До таких ресурсів традиційно відносять мінеральні води, грязьові джерела, озокерит, лісові та аквальні комплекси, лікувальні кліматичні місцевості тощо.</li> </ul>

Рис. 1.3. Визначення сутності термінів рекреаційні умови та рекреаційні ресурси (узагальнено та побудовано автором за даними [26, 31, 38])

*Туристсько-рекреаційні ресурси* – це природні, культурно-історичні та соціально-економічні об'єкти та умови, які використовуються для організації туризму та відпочинку. Вони забезпечують можливості для оздоровлення,

активного відпочинку, пізнавального туризму та розваг [32]. Ці ресурси є основою для розвитку туристично-рекреаційної діяльності та сприяють залученню відвідувачів до певної території.

## *Туристсько-рекреаційні ресурси*

пропоновані або такі, що можуть пропонуватися, туристичні пропозиції на основі та з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності (закон України "Про туризм")

сукупність всіх об'єктів та явищ природного, природно-антропогенного, соціального походження, які використовуються для туризму, лікування, оздоровлення та впливають на територіальну організацію туристсько-рекреаційної індустрії, формування рекреаційних регіонів, їх спеціалізацію та економічну ефективність (О. Бейдик)

компоненти природного довкілля та об'єкти людської діяльності, яким властиві як унікальність, історична або художня цінність, оригінальність, естетична привабливість і лікувально-оздоровча значущість, ці об'єкти використовуються або можуть бути використані для організації різних видів рекреаційних та туристичних занять (В. Стафійчук)

закономірне поєднання компонентів природи, соціально-економічних умов та культурних цінностей, які на даному рівні розвитку суспільства можна вважати передумовами задоволення туристично-рекреаційних потреб населення та соціального запиту, організації туристсько-рекреаційної індустрії (М. Мальська)

сукупність природних, природно-технічних, соціально-економічних комплексів та їх елементів, які сприяють відновленню й розвитку сил людини (фізичних і духовних) та її працездатності, які при сучасній та перспективній структурі соціального запиту та рекреаційних потреб населення, а також техніко-економічних можливостях суспільства використовують або можуть бути використані для прямого і непрямого споживання та виробництва рекреаційних, курортних та туристичних послуг (С. М. Шепетюк )

Рис. 1.4. Визначення сутності терміну «туристсько-рекреаційні ресурси» (узагальнено та побудовано автором за даними [1, 13, 14, 24, 25, 38])

Туристсько-рекреаційні ресурси можна поділити на кілька основних груп залежно від їхнього походження та призначення. Ці групи туристсько-

рекреаційних ресурсів є основою для розвитку туризму та залучення мандрівників у певний регіон.

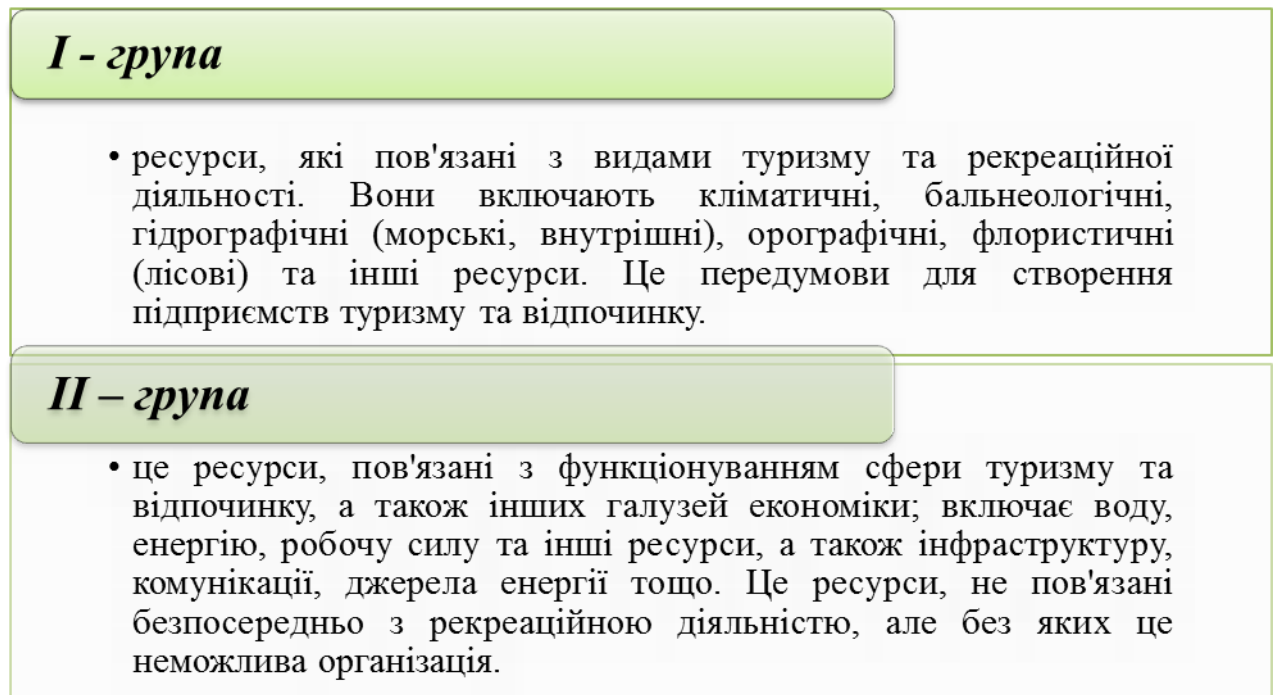


Рис. 1.5. Основні групи туристсько-рекреаційних ресурсів (узагальнено та побудовано автором за даними [25])

*1.1.2. Класифікація туристсько-рекреаційних ресурсів.* Туристсько-рекреаційні ресурси відіграють ключову роль у забезпеченні відпочинку, оздоровлення та духовного розвитку людини. Вони створюють основу для розвитку туризму та рекреації, впливаючи на якість життя, економіку регіонів і культурну взаємодію. Природні ресурси, такі як чисте повітря, мінеральні води, лікувальні грязі, сприяють покращенню фізичного стану та зміцненню імунітету. Санаторії, курорти та спа-центри допомагають у профілактиці та лікуванні різних захворювань. Гірські курорти, морські узбережжя, лісові зони надають можливість займатися спортом (лижний спорт, серфінг, піші походи, альпінізм). Рекреаційні комплекси (аквапарки, кемпінги, туристичні бази) сприяють фізичній активності та зняттю стресу. Історичні та культурні пам'ятки дозволяють людям знайомитися з традиціями, мистецтвом і минулим різних народів. Фестивалі, етнографічні музеї та народні ремесла сприяють збереженню національної ідентичності.

Туристичні подорожі сприяють комунікації між різними культурами, що допомагає формуванню толерантності та розширенню світогляду. Гастрономічні тури, національні свята та інтерактивні програми створюють умови для міжкультурного обміну. Туризм стимулює розвиток місцевої економіки, створюючи нові робочі місця. Попит на туристичні послуги сприяє розвитку інфраструктури, що покращує умови життя не лише для туристів, а й для місцевого населення. Таким чином, туристсько-рекреаційні ресурси є важливим інструментом для збереження здоров'я, розвитку особистості та культурного обміну, а також сприяють економічному процвітанню регіонів.

У цьому контексті важливо дослідити та оцінити території, які мають туристсько-рекреаційний потенціал. Деякі дослідники вважають, що туристсько-рекреаційні ресурси включають як елементи природного середовища, так і соціокультурні явища. Вони відзначаються унікальністю, самобутністю, естетичною цінністю та оздоровчим впливом. Завдяки цим характеристикам їх можна застосовувати для проведення різноманітних видів і форм туристичної та рекреаційної діяльності [25].

Як приклад класифікації туристсько-рекреаційних ресурсів у своїй роботі ми аналізуємо дослідження Бейдика О. О. та Смаль І. В. (рис. 1.6, 1.7) [1, 33, 34].

Згідно з класифікацією О. О. Бейдика, туристсько-рекреаційні ресурси поділяються на три основні групи: природно-географічні, природно-антропогенні та суспільно-історичні. Окремо виділяється ще одна категорія – суперточка-тур – унікальні природні або культурні об'єкти, які мають особливу туристичну привабливість і можуть стати центром туристичних потоків (наприклад, Ейфелева вежа, Великий каньйон, Софія Київська). (рис. 1.6) [1]. Ця класифікація допомагає систематизувати ресурси для розвитку туризму та рекреації, враховуючи як природні, так і антропогенні чинники.

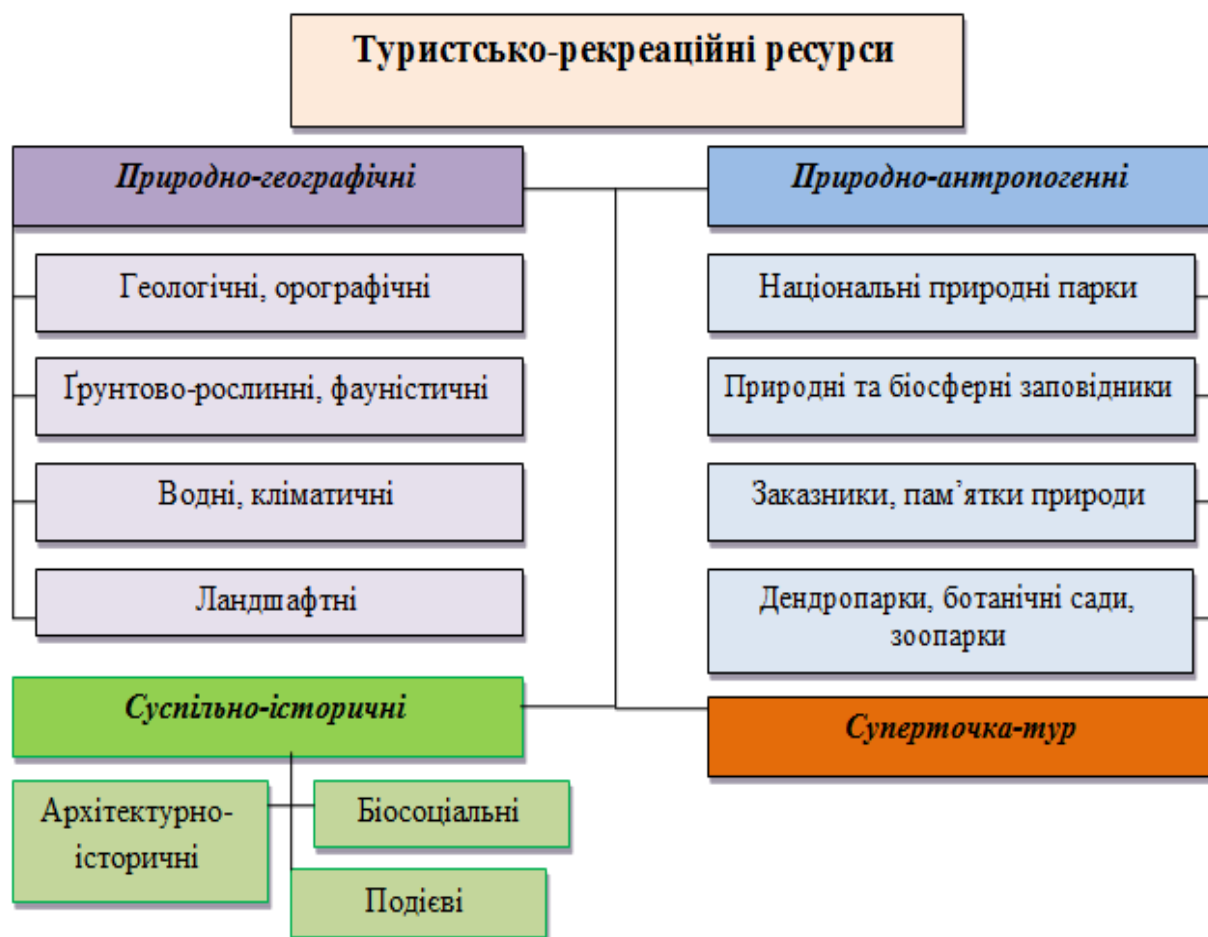


Рис. 1.6. Класифікація туристсько-рекреаційних ресурсів відповідно до підходу О. О. Бейдика (за даними [1])

Згідно з класифікацією І. В. Смаль, туристичні ресурси поділяються на чотири основні групи: природні, технологічні, суспільні та події (рис. 1.7) [33, 34]. Ця класифікація дозволяє комплексно оцінити потенціал територій для розвитку туризму, враховуючи як природні, так і створені людиною фактори.

Туристсько-рекреаційні ресурси є основою для розвитку туристичної та рекреаційної галузі. Важливо забезпечувати їхнє раціональне та дбайливе використання, збереження та примноження. Це потребує детального аналізу їх кількісних і якісних характеристик, оцінки придатності та можливості альтернативного застосування в різних сферах економіки [33].



Рис. 1.7. Класифікація туристичних ресурсів за І. В. Смаль  
(складено автором за даними [33, 34])

У світі налічується безліч туристичних та рекреаційних ресурсів, які необхідно систематизувати та розподілити за окремими групами [16]. На даний момент у географічній науці не існує єдиної загальноприйнятої класифікації для їх оцінки.



Рис. 1.8. Характеристики туристсько-рекреаційних ресурсів  
(складено автором за даними [16])

На думку дослідників, усі туристичні та рекреаційні ресурси, а також природні й соціально-економічні умови, повинні використовуватися для розвитку туризму в конкретному регіоні. Для цього застосовують основні кількісні та якісні методи оцінки туристичних і рекреаційних ресурсів території (рис.1.8) [16].



Рис. 1.9. Види оцінки туристсько-рекреаційних ресурсів  
(складено автором за даними [16])

Оцінка туристичних і рекреаційних ресурсів може бути як диференційованою, так і комплексною. Диференційована оцінка передбачає аналіз окремих ресурсів, їхніх характеристик і особливостей у межах певного регіону або країни. Інтегральна оцінка охоплює конкретну територію, враховуючи її однорідність та сукупність різних типів ресурсів. У науці

виділяють три основні підходи до оцінки природних ресурсів: *економічний, психологічний і технологічний* [16].

*Психологічна оцінка* території враховує її естетичну привабливість, екзотичність та унікальність. Під екзотичністю розуміють рівень контрасту між місцем відпочинку та постійним місцем проживання. Унікальність визначається на основі рідкості природних об'єктів і явищ, а також можливостей для фізичної культури, відпочинку та реабілітації.

*Технологічна оцінка* характеризує взаємодію людини з природним середовищем через застосування рекреаційних технологій та засобів, що забезпечують ефективне використання ресурсів.

*Економічна оцінка* туристичних і рекреаційних ресурсів є важливою для обґрунтування інвестицій у їх збереження, розвиток та покращення. При цьому враховуються якісні показники, такі як привабливість туристичного об'єкта, особливості ландшафту та рівень комфорту [16]. Головна складність оцінювання полягає в необхідності врахування як інтересів організаторів туристичної діяльності, так і потреб відпочиваючих.

## **1.2. Туристсько-рекреаційні ресурси як базовий елемент формування та розвитку туристичної і рекреаційної діяльності**

З огляду на важливу роль туристичних і рекреаційних ресурсів для туристів, туристичних потоків, напрямків, витрат, а особливо – для формування туристичної пропозиції та загального розвитку туризму, надзвичайно важливо приділяти увагу їх вивченню й оцінці потенціалу. Залежно від виду туризму, певний ресурс може виступати як основний чинник приваблення або як додатковий мотив для подорожі.

Типологія та класифікація туристичних і рекреаційних ресурсів свідчить про те, що їх значущість для формування та збагачення туристичної пропозиції є різною – не всі ресурси мають однакову вагу й вплив на туристичну діяльність [16].

Враховуючи таке розуміння, можна дійти висновку, що під час оцінки туристичних і рекреаційних ресурсів особливу увагу слід приділяти антропогенним ресурсам. Вони, як правило, створені спеціально для потреб туристів, а ті, що спочатку не мали туристичного призначення, можуть бути адаптовані для задоволення рекреаційних потреб.

Загалом ці ресурси мають суттєве значення: вони впливають на рівень туристичних витрат, формують вибір місця подорожі, сприяють задоволенню туристів і відіграють ключову роль у формуванні повноцінної туристичної пропозиції, будучи одним із її найважливіших складників.

Розуміння значення туристичних і рекреаційних ресурсів, їхнього впливу на туристичні дестинації та самих туристів, а також урахування їх кількості та стану в конкретному просторі, підкреслює важливість їхньої класифікації та типології. Завдяки цьому ресурси можуть ефективніше використовуватися, сприяти прискореному та сталому розвитку туризму в кожному окремому регіоні. Це, своєю чергою, проявляється у кращому задоволенні туристичних потреб, зростанні туристичних потоків і розширенні туристичної пропозиції [22].

*Туризм*, як і вся індустрія гостинності, є однією з галузей економіки, яка, окрім безпосереднього отримання прибутку, опосередковано стимулює розвиток багатьох інших сфер діяльності. Завдяки туристичним переміщенням, туризм має значний вплив на географічний простір – цей вплив охоплює всі його складові й виявляється через економічні, соціальні, суспільні та екологічні зміни.

*Туризм* базується на двох ключових складових – туристичних переміщеннях і споживанні. Туристичний рух виступає головним просторовим аспектом, тоді як споживання є центральним елементом туристичної індустрії, що відображає її економічний ефект. Саме переміщення туристів запускає процес туристичного споживання.

*Туризм* – це система взаємозв'язаних процесів і явищ, що виникають у результаті тимчасового переміщення людей до місць, які не є їхнім

постійним місцем проживання. Такі поїздки можуть здійснюватися з різною метою – для відпочинку, роботи, навчання або участі в ділових заходах [20].

## ТУРИЗМ

- походить від французького *tour* (поїздка, прогулянка) і являє собою подорож у вільний час, пов'язані з виїздом за межі постійного місця проживання з оздоровчими, пізнавальними, спортивними, культурними та розважальними цілями (Всесвітня туристична організація (ВТО));
- один з видів активного відпочинку, що являє собою подорож з метою пізнання нових регіонів (Всесвітньої конференції по туризму ВТО);
- тимчасовий виїзд людини з місця свого постійного проживання з оздоровчою або професійно-діловою метою (Закон України "Про туризм");
- форма масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем (О.Бейдик);
- мобільна форма споживання й рекреаційної діяльності, яка пов'язана з територією та характером природного, соціально-культурного та економічного середовища людської діяльності (О.Любіцева);
- різновид рекреації, активного відпочинку, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями (М.Крачило).

Рис. 1.10. Дефініції поняття «туризм» (узагальнено та побудовано автором за даними [1, 13, 14, 22, 52])

Туризм набув статусу діяльності світового масштабу і, як просторове явище, пов'язане з переміщенням людей, товарів і послуг у часі й просторі, потребує глибокої уваги з боку географів та науковців.

Упродовж останніх років туризм став однією з найпопулярніших форм проведення дозвілля. За результатами численних соціологічних досліджень, він стабільно займає провідні позиції серед інших видів рекреаційної активності.

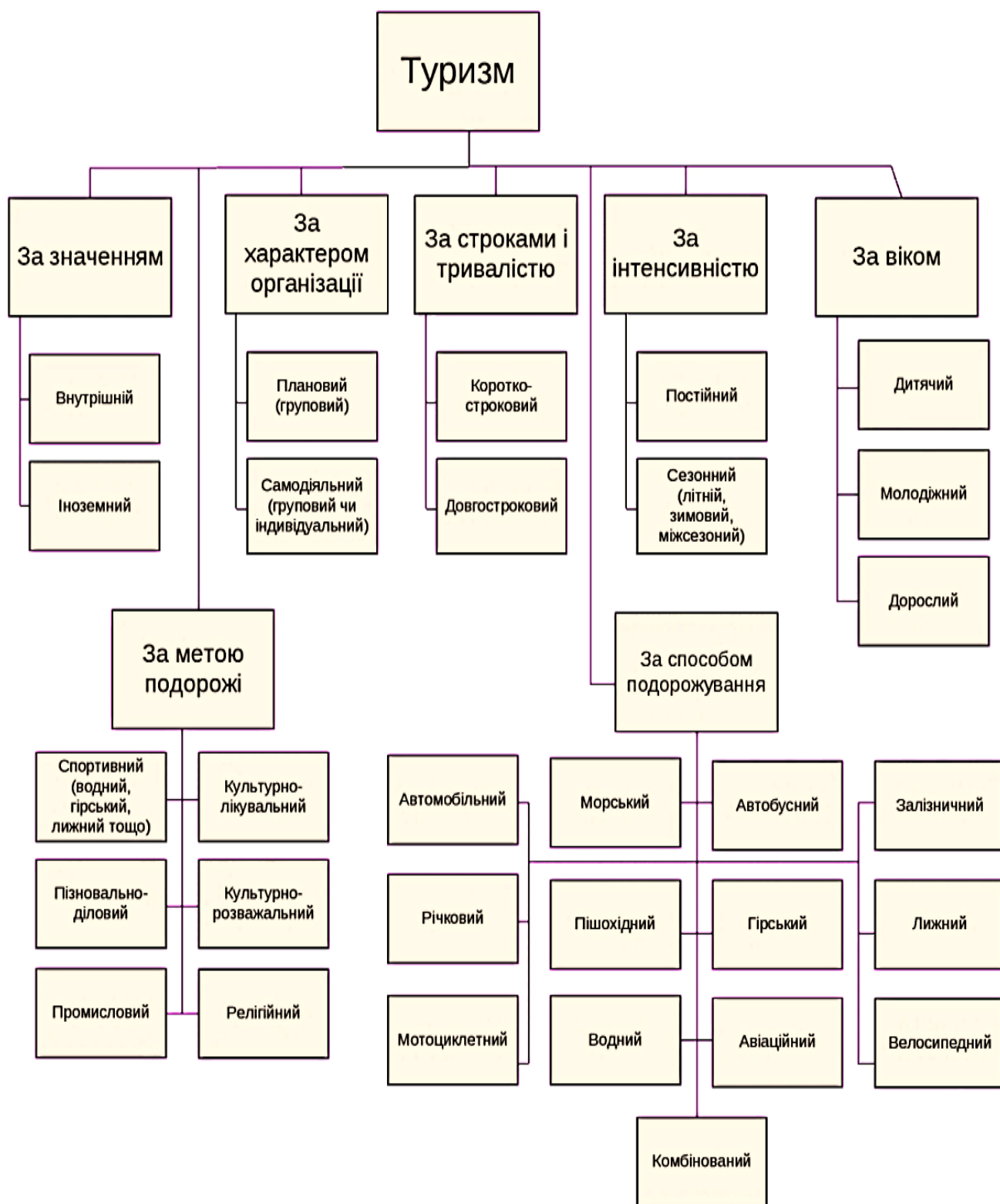


Рис. 1.11. Класифікація видів туризму (узагальнено та побудовано автором за даними [16, 20])

*Туризм* є одним із ключових соціально-економічних явищ нашого часу, розвиток якого визначається об'єктивними законами функціонування людського суспільства [16].

Туризм, виконуючи свої соціальні функції, сприяє зближенню способу життя та побуту міських і сільських жителів, а також відіграє важливу роль у розвитку та покращенні соціальної структури суспільства. Серед усіх функцій туризму рекреаційна є однією з найсуттєвіших.

*Рекреація* – це процес відновлення фізичних і психологічних сил людини через відпочинок і активності, що допомагають зняти стрес, покращити здоров'я та підвищити життєвий тонус. Рекреація може включати різноманітні форми діяльності, такі як відпочинок на природі, спортивні заняття, культурні або освітні заходи, а також подорожі. Основною метою рекреації є збереження і покращення здоров'я, а також забезпечення психологічного комфорту людини [21].

*Рекреація* – це сукупність заходів, які спрямовані на відновлення фізичного і психічного здоров'я людини [21]. Рекреація включає всі форми відпочинку, такі як санаторно-курортне лікування та туризм, що передбачає відновлення емоційного та психічного здоров'я, а також працездатності через відпочинок за межами дому, наприклад, на природі або під час туристичних подорожей.

У рекреаційних зонах турист має змогу залучатися до різноманітних видів відпочинкової діяльності.

Відпочинок сприяє відновленню фізичних сил, зміцненню здоров'я та психічного стану, які виснажуються під час роботи. *Туризм* виступає інструментом популяризації фізичної культури й допомагає формувати звички активного проведення дозвілля.

Завдяки рекреаційним можливостям туризм розглядається як важлива частина оздоровчо-рекреаційної сфери. Усі функції туризму й рекреації по-своєму впливають на суспільні зміни, водночас кожна з них сприяє

особистісному розвитку та виконує важливу виховну роль у процесі подорожей і відновлення.

Сучасний розвиток туризму та рекреації відіграє важливу роль у відновленні фізичних, розумових і емоційних ресурсів людини. Відпочинок має велике значення як для окремої особи, так і для держави, адже люди – це складова продуктивної сили суспільства.

*Туризм* також є формою культурного обміну, що передбачає взаємодію й перетин культур місцевого населення та туристів, які прибули з інших регіонів чи країн [16].

Культурний обмін, який відбувається під час туристичних подорожей, здебільшого має позитивний вплив як на туристів, так і на місцевих жителів. Туризм сприяє соціальній взаємодії, духовному збагаченню, поширенню культурних надбань і знайомству з традиціями та звичаями різних народів, що, у свою чергу, підвищує освітній та культурний рівень суспільства.

У сучасному світі туризм має велике значення – як для окремих людей, так і для регіонів, держав і міжнародної спільноти загалом. Його важливість визнається на глобальному рівні, що підтверджується рішеннями та документами міжнародних туристичних форумів.

Розвиток туризму та рекреації повинен відбуватися з урахуванням інтересів місцевої економіки, раціонального використання природних ресурсів і добробуту населення, зокрема шляхом створення стабільних робочих місць. Ключову роль у забезпеченні сталого розвитку туризму мають відігравати державні й регіональні органи влади разом із туристичними організаціями.

*Туризм* є однією з найпотужніших і найшвидше зростаючих сфер економіки, яка відіграє значну роль у зовнішньоекономічній діяльності як розвинених країн, так і держав, що перебувають на шляху розвитку [21]. Розвиток туризму та значні валютні надходження від цієї сфери позитивно впливають на інші сектори економіки, сприяючи формуванню та розвитку туристичної індустрії.

### **1.3. Методологічні основи аналізу та вивчення туристсько-рекреаційних ресурсів**

У процесі наукового дослідження завжди застосовуються визначені підходи й методи, які допомагають ефективно досягти поставленої мети. У межах дослідження було використано описовий метод для вивчення та аналізу туристичних і рекреаційних ресурсів Італії. Цей метод є одним із класичних інструментів наукового пізнання.

Під час проведення дослідження був застосований контент-аналіз для вивчення інформаційних джерел, а їх добір і опрацювання здійснювалися за допомогою літературного методу дослідження.

Методи аналізу й синтезу є універсальними інструментами в науковій діяльності. У рамках цього дослідження вони були використані для вивчення специфіки розвитку туризму в Італії, аналізу туристичних потоків та змін у доходах від туристичної галузі. Синтез допоміг здійснити узагальнену оцінку туристичних і рекреаційних ресурсів країни.

Використання в дослідження історичного методу дозволило дослідити, як використовувалися туристичні та рекреаційні ресурси Італії протягом певного періоду часу [28]. У межах дослідження було проаналізовано ключові фактори, що впливали на розвиток туризму в країні, а також окреслено загальні тенденції подальшого розвитку туристичної галузі.

Метод класифікації був застосований для систематизації видів туристичних і рекреаційних ресурсів, а також для розподілу туризму та рекреації за їхніми типами.

Застосування математико-статистичних методів дало змогу зібрати, обробити та впорядкувати статистичні дані, що стосуються розвитку туризму в Італії, зокрема кількості прибуттів, ночівель і основних макроекономічних показників [28].

На основі методу порівняння було здійснено просторовий аналіз наявних туристичних і рекреаційних ресурсів Італії та особливостей їхнього

використання. У результаті дослідження виявлено як спільні риси, так і відмінності в їхньому розподілі та способах використання. Також проведено просторово-часовий аналіз на основі показників туристичних прибуттів і попиту.

Під час проведення географічних досліджень важливим також є застосування графічного та картографічного методів. Вони використовуються для створення карт, схем, графіків і діаграм, що дозволяє візуалізувати результати досліджень і представити їх у вигляді моделей графічного або картографічного типу [44].

## РОЗДІЛ 2

### ТУРИСТИЧНІ ТА РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ ІТАЛІЇ

#### 2.1. Природно-географічні ресурси

Італія – це держава в Південній Європі, яка розташована на Апеннінському півострові та частково на Балканському півострові. Її територія також включає великі острови – Сицилію та Сардинію, а також безліч менших островів [49].

Загальна площа країни 301 340 км<sup>2</sup> (72- місце у світі), з яких на суходіл припадає 294 140 км<sup>2</sup>, а на поверхню внутрішніх вод – 7 200 км<sup>2</sup>. Площа країни вдвічі менша за площу території України.



Рис. 2.1. Фізична карта Італії [49]

Італія – південноєвропейська країна, що межує з шістьма іншими країнами: на півночі – зі Швейцарією (спільний кордон – 698 км) і Австрією (404 км), на заході – з Францією (476 км), на північному сході – з Словенією

(218 км), з країнами, що являють собою анклави, з усіх сторін обмежені територією Італії – Ватиканом (3,4 км) і Сан-Марино (37 км). Загальна довжина державного кордону – 1836,4 км.

Італія з усіх сторін, окрім півночі, омивається водами Середземного моря Атлантичного океану, на північному заході Лігурійським, на заході Тирренським, на південному сході – Іонічним, на сході – Адріатичним морями. Загальна довжина морського узбережжя 7600 км. Морські кордони в 4 рази довші за сухопутні. Навіть глибинні райони країни віддалені від узбережжя не більше ніж на 200-300 км.

Територія Італії належить до сейсмічно активних регіонів, тут часті землетруси, особливо в центральній частині. Головні активні вулкани Італії: Стромболі (924 м) на однойменному острові, Везувій (1277 м) поблизу Неаполя і Етна (3323 м) в східній Сицилії. Вулкани Етна і Везувій були включені у 1990-х роках до «Десятиліття вулканів», міжнародної дослідницької програми впливу вулканічної діяльності на людство Міжнародної асоціації вулканології і хімії надр Землі (IAVCEI), як частини програми ООН зі зменшення небезпеки від стихійних лих.

Переважно гірська країна. На півночі – Західні Альпи з найвищою точкою країни та Західної Європи – горою Монблан (4748 м), південніше – Паданська рівнина, далі гори Апенніни (найвища точка – гора Корно, 2914 м). Середні висоти – 538 м. Найнижча точка – рівень вод Середземного моря (0 м). В районі акумулятивних наносів дельти річки По деякі колишні ділянки Адріатичного моря стали суходолом, але залишились нижче рівня моря, наприклад, Йоланда-ді-Савоя (-3 м) [48].

Альпи – складна система гірських хребтів, що заходять також на територію східної Франції, Швейцарії, Австрії і Словенії. Інша велика гірська система Італії – Апенніни – утворює основу однойменного півострова і продовжується в Сицилії. Альпи і Апенніни так тісно пов'язані між собою, що важко встановити, де кінчається одна система і починається інша. Альпи і Апенніни – відносно молоді гори, що сформувалися в палеогені і неогені (в

інтервалі від 65 млн до 2 млн років тому). Тут відбувалися також численні тектонічні розломи, складкоутворення й вулканічні виверження. Останні особливо виражені в областях Лаціо і Кампанія на заході Апеннінського півострова і на Сицилії.

Берегова лінія, що має загальну довжину близько 7600 км, порізана слабо. Північно-західний берег Апеннінського півострова омивається Лігурійським морем з Генуезькою затокою. Узбережжя італійської Рив'єри має переважно абразійний характер і рясніє дрібними бухтами. Тірренське море, в північній частині якого знаходиться Тосканський архіпелаг, омиває материкову частину Італії із заходу, острова Сардинія і Корсика (територія Франції) зі сходу і Сицилію – з півночі. На західному узбережжі акумулятивні рівнини чергуються з піднесеними ділянками, є кілька неглибоких заток дугоподібної форми: Гаєта, Неаполітанська і Салернська затока, Полікастро, Санта-Еуфемія та Джоя.

Вузька Мессінська протока між Калабрією і Сицилією з'єднує Тірренське море з Іонічним, а Сицилійська протока (Туніська) шириною 135 км відокремлює Сицилію від Північної Африки. Південне узбережжя Апеннінського півострова розчленоване найбільш сильно, в південно-східній частині переважають круті береги. На південному заході знаходиться затока Скуїллаче, а між півостровами Калабрія і Салентина в сушу вдається велика Тарентська затока.

Протока Отранто між італійським регіоном Апулія і Албанією з'єднує Іонічне море з Адріатичним, яке омиває східні райони країни. Східний берег в основному плоский, в його південній частині невеликий півострів Гаргано відгороджує затока Манфредонія. Північно-східне узбережжя омивається водами Венеційської затоки, що включає однойменну лагуну і Трієстську затоку.

Більша частина території Італії лежить у субтропічному кліматичному поясі, північ – у помірному, перехідного від морського до континентального типу. Влітку переважають тропічні повітряні маси з ясною тихою

антициклонічною погодою, взимку – помірні з похмурою дощовою досить вітряною циклонічною. Значні сезонні амплітуди температури повітря і розподілу атмосферних опадів, можливе випадання снігу. На півночі опадів значно більше, але їхній розподіл нестійкий.

Загальні запаси відновлюваних водних ресурсів (грунтові і поверхневі прісні води) становлять 191,3 км<sup>3</sup>. Станом на 2022 рік в країні налічувалось 39,5 тис. км<sup>2</sup> зрошуваних земель [48].

Італія має багато важливих річок, які протікають через її територію, кожна з яких має свої особливості та впливає на культуру, економіку та природу регіонів. Річки країни належать басейнам Адріатичного (північ і схід), Іонічного (південь), Тирренського (захід) і Лігурійського (північний захід) Атлантичного океану. Річка По (Po) – це найдовша річка Італії, що протікає через кілька великих міст, таких як Турин, Парм, Кремона і Пьяченца. По бере початок в Альпах і впадає в Адріатичне море. Вона є важливою для італійського сільського господарства, зокрема для зрошення. Річка Арно протікає через Флоренцію, один із найвідоміших культурних центрів Італії. Річка має значення для італійської історії та мистецтва, оскільки на її березі знаходяться багато відомих пам'яток. Тибр є важливою річкою для Риму, бо саме він в античні часи був основним водним шляхом, що з'єднував місто з іншими частинами Італії. Вона також має велике історичне значення для Римської імперії. Адидже – це друга за довжиною річка в Італії, що починається в Альпах і впадає в Адріатичне море. Адидже є важливою для економіки цього регіону, зокрема для сільського господарства та виноградарства. Італійські річки мають величезне значення не тільки для транспорту і сільського господарства, а й для культурної спадщини, адже багато міст і регіонів Італії були побудовані біля їхніх берегів [48].

Італія славиться своїми мальовничими озерами, які варіюються від гірських до рівнинних, і мають величезне культурне, економічне та екологічне значення. Озеро Гарда – це найбільше озеро Італії, відоме своєю красою та численними туристичними курортами, такими як Сірміоне та

Рива-дель-Гарда. Озеро має унікальне середовище з м'яким кліматом, що дозволяє вирощувати оливки та цитрусові. Озеро Комо – це одне з найглибших озер Європи (максимальна глибина 410 м). Озеро оточене величними горами та розкішними віллами, що робить його популярним серед туристів і знаменитостей. Відоме своєю природною красою і культурними пам'ятками. Озеро Маджоре – друге за величиною озеро в Італії. Озеро відоме своїми островами, зокрема Ісола Бельла та Ісола Мадре, які мають чудові ботанічні сади. Також на ньому знаходяться курорти, як Стреза. Тразімено є найбільшим озером в Умбрії та четвертим за розміром в Італії, яке відоме своєю спокійною атмосферою та красивими островами, як Ісола Мадре та Ісола Полвіна. Ці озера є не лише природними пам'ятками, а й важливими туристичними та культурними об'єктами. Вони притягують відвідувачів своїми пейзажами, активним відпочинком і можливістю насолоджуватися італійською природною красою.

Ліси покривають близько 30% території Італії, що є досить значним показником для країни з великою кількістю гірських і рівнинних територій. Це робить ліси важливою частиною екологічної структури Італії.

## **2.2. Природно-антропогенні ресурси**

Природно-антропогенні ресурси – це ресурси, які утворилися в результаті взаємодії природи та людської діяльності. Вони поєднують природні характеристики з історико-культурними або інфраструктурними елементами й активно використовуються в туризмі, рекреації, сільському господарстві, промисловості тощо. Це перетворені або модифіковані природні ресурси, які стали цінними завдяки діяльності людини.

Природо-заповідний фонд (ПЗФ) – це сукупність територій, які перебувають під охороною з метою збереження природної спадщини, біорізноманіття, ландшафтів та культурних цінностей. Італія є однією з найбіологічно різноманітніших країн Європи завдяки своєму положенню між

Альпами та Середземним морем, що зумовило багатство видів флори і фауни.

Станом на 2025 рік в Італії існує 25 національних парків, які займають приблизно 5% території країни. Серед найвідоміших: Гран-Парадізо, Чінкве-Терре, Апеннінський національний парк, Національний парк Стельвіо (рис. 2.2) [49].

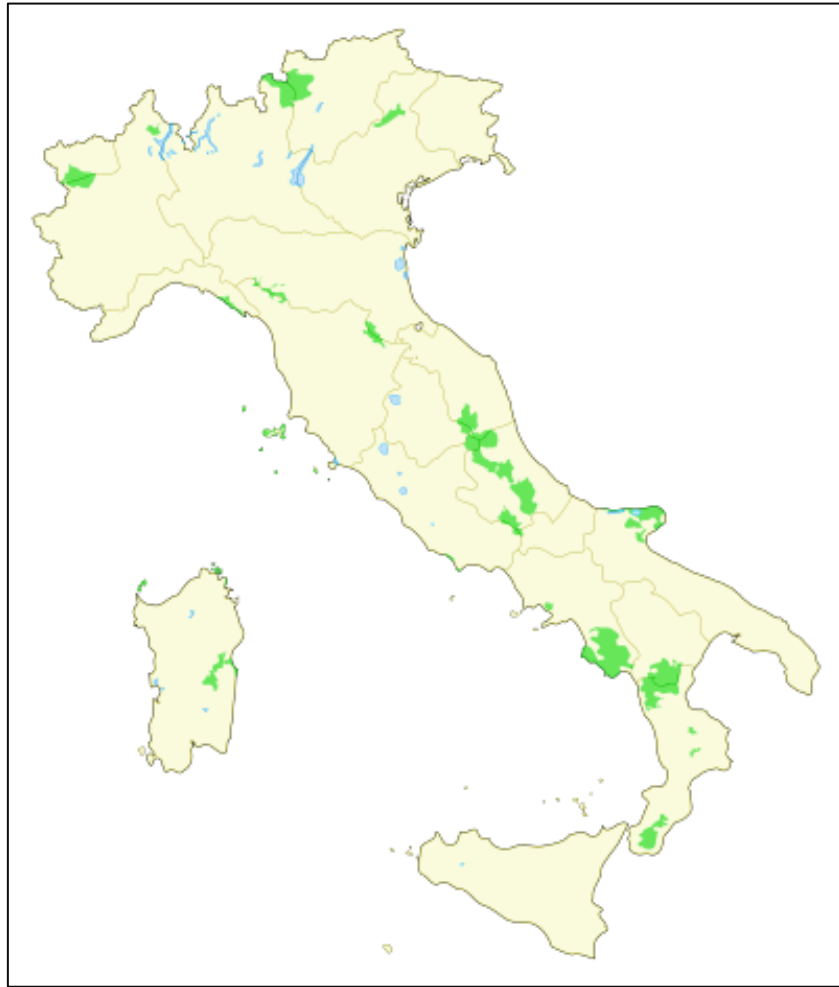


Рис. 2.2. Мапа національних парків Італії [49]

Також, в Італії є регіональні парки (Parchi Regionali), які підпорядковуються регіональній владі, існує понад 130. Є також і природні резервати (Riserve Naturali) і їх понад 150, мають високий рівень захисту для унікальних екосистем або видів. Є також і морські охоронні території (Aree Marine Protette) – близько 30, охоплюють важливі ділянки Середземного моря

біля узбережжя Італії (наприклад, Чінкве-Терре, Егадські острови). Природні пам'ятки та заповідники теж є на території цієї країни.

Загалом понад 10% суші Італії входить до складу ПЗФ. Додатково до національних та регіональних форм охорони, країна включена до мережі Натура 2000 (ЄС), яка забезпечує охорону важливих біотопів.

Основні цілі та функції – це збереження біологічного різноманіття (зокрема, рідкісних та ендемічних видів); екологічна освіта та наукові дослідження; екотуризм та сталий розвиток територій; збереження культурного та історичного ландшафту (у багатьох парках є археологічні або історичні пам'ятки) [49].

Італійський ПЗФ поєднує природні та антропогенні ландшафти – багато охоронних територій включають традиційне сільське господарство, села, терасовані виноградники. Велика роль волонтерських організацій та екологічної громадськості в охороні природи. Активна участь у міжнародних програмах, таких як ЮНЕСКО, Рамсарська конвенція тощо.

### **2.3. Історико-культурні ресурси**

Італія – це справжня скарбниця світової культурної спадщини, де зібрано безліч архітектурних та мистецьких шедеврів, а також унікальні пам'ятки різних епох – від античності до епохи Відродження. Жодна інша країна не може зрівнятися з Італією за кількістю культурних надбань. Приблизно 60% європейських культурних цінностей зосереджено саме тут, а майже кожне місто в країні можна назвати музеєм під відкритим небом. Італія також має 60 об'єктів, внесених до списку Світової спадщини ЮНЕСКО.

Столиця країни – Рим – відома як «Вічне місто», і найкраще цю назву втілює Колізей, зведений ще у 72 році н. е. за часів римських імператорів (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Колізей, Рим (Італія) [46]

Колізей – величний амфітеатр часів Стародавнього Риму та одна з найвідоміших архітектурних пам’яток Італії. Його зведення тривало всього вісім років: будівництво розпочав імператор Веспасіан, а завершив його син – Тіт. Часто можна почути, що Колізей уособлює дух і велич Італії. Споруда має форму велетенського еліпса і вважається найбільшим амфітеатром античного світу. Її масштаб вражає: довжина зовнішньої осі – 524 м, арена – 85 на 53 м, а висота сягає 48-50 м. Це одна з найвеличніших та найграндіозніших будівель Римської імперії.

Ще однією знаковою пам’яткою Італії є Римський Форум – унікальне місце, яке входить до переліку найвідвідуваніших історичних об’єктів країни. (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Римський Форум, Рим (Італія) [46]

Римський форум – один із головних символів античного світу, що нині є музеєм під відкритим небом. Археологічні розкопки цієї історичної пам'ятки розпочалися ще в XVIII ст. й тривають досі. У давнину Форум був серцем Римської імперії – осередком політичного, судового та торгового життя. Це прямокутна площа, оточена руїнами стародавніх храмів і будівель, яка розташована між Капітолійським і Палатинським пагорбами в самому центрі Риму.

Пантеон – ще одна визначна архітектурна перлина столиці, znana як одна з найбільших купольних споруд у світі та одна з найвідоміших пам'яток Риму (рис. 2.5).



Рис. 2.5. Пантеон, Рим (Італія) [46]

Пантеон – найбільша зі збережених купольних споруд античності, причому до XIX ст. у світі не існувало жодного купола з більшим діаметром. Первісно його звів консул Марк Віпсаній Агріппа у 25-27 р. н. е, а після пожежі будівлю було повністю перебудовано у 126 р. за імператора Адріана. Назва «Пантеон» перекладається як «храм усіх богів», і це одна з найстаріших архітектурних пам'яток Давнього Риму.

Ватикан – мініатюрна держава в самому серці Риму, що є духовним центром католицького світу (рис. 2.6).



Рис. 2.6. Ватикан (Італія) [46]

У Ватикані знаходиться найбільший християнський храм у світі, а його музеї зберігають надзвичайно цінні мистецькі шедеври.

Пізанська вежа – всесвітньо відомий символ м. Піза, який прославився своїм нахилом. Спочатку вона мала бути як дзвіниця для кафедрального собору Санта-Марія-Ассунта. Її будівництво тривало майже 200 років і розпочалося у XII ст. Висота споруди перевищує 50 м, а кут відхилення від вертикалі становить понад 4% (рис. 2.7).



Рис. 2.7. Пізанська вежа, Піза (Італія) [46]

Санта-Марія-дель-Фьоре – головний архітектурний шедевр і один із найвпізнаваніших символів Флоренції (рис. 2.8).



Рис. 2.8. Санта-Марія-дель-Фьоре, Флоренція (Італія) [46]

Величний собор Санта-Марія-дель-Фьоре, оздоблений рожевим, білим і зеленим мармуром, є прикладом готичної архітектури та розташований у самому серці історичної частини Флоренції – на площі Дуомо. Його звели на місці стародавнього храму Санта Репарата, залишки якого й досі можна побачити в крипті.

Міланський собор, також знаний як Дуомо або Санта-Марія-Насенте, є справжнім символом Мілана. Він стоїть у центрі міста на головній площі та належить до числа найбільших релігійних споруд у світі, здатних вмістити до 40 тис. осіб. Цей храм вважається одним із найвражаючих зразків готичного стилю (рис. 2.9).



Рис. 2.9. Дуомо або собор Санта-Марія-Насенте, Мілан (Італія) [46]

Будівництво Міланського собору тривало близько чотирьох століть, починаючи з XIV ст. Його дах прикрашають 135 витончених шпилів, а фасад оздоблений понад 2200 мармуровими скульптурами.

Венеція – неймовірно красиве місто, яке саме по собі є визначною пам'яткою. Її часто називають «містом на воді», і це одне з найулюбленіших місць серед туристів. Венеція унікальна тим, що тут зовсім немає наземного транспорту – пересування здійснюється лише каналами (рис. 2.10).

Венеція – унікальне місто, що виникло з понад 120 островів, розташованих у лагуні, які з'єднані між собою мережею з більш ніж 150 каналів і понад 400 мостів.



Рис. 2.10. Венеція (Італія) [46]

Щороку понад 20 млн туристів відвідують Венецію, щоб насолодитися її мальовничими каналами, елегантною архітектурою та численними мостами, покататися на гондолах, прогулятися площею Сан-Марко, побачити видатний міст Ріальто, придбати вироби зі скла на о. Мурано та зробити фото яскравих будиночків на острові Бурано. Історичний центр міста розташований на 118 островах у межах Венеціанської лагуни.

Помпеї – легендарне місто Стародавнього Риму, яке загинуло під час

катастрофічного виверження Везувію в 79 році н.е., саме в період свого розквіту (рис. 2.11).



Рис. 2.11. Помпеї (Італія) [46]

Попри лавові потоки та товстий шар попелу, що накрили місто й його мешканців, воно збереглося в неймовірно доброму стані.

Перелічені пам'ятки історії та культури – лише мала частина того, чим Італія може вразити своїх відвідувачів. Ці об'єкти культурної спадщини приваблюють безліч туристів, які щороку масово приїжджають до країни.

#### **2.4. Інфраструктурні ресурси**

Туристична інфраструктура є одним із ключових чинників розвитку міжнародного туризму, до якої належать транспортна мережа та готельне забезпечення.

Одним із важливих чинників успішного розвитку іноземного туризму в Італії є високий рівень транспортних послуг. Туристам на Апеннінському півострові легко обирати зручні й швидкі способи пересування. До переваг італійської транспортної системи належать доступні ціни, висока швидкість, безпека, регулярність рейсів, комфорт, технічна надійність та якість обслуговування. Усе це сприяє зростанню потоку туристів з інших країн.

В Італії налічується 133 аеропорти, серед яких основними авіаційними хабами є міжнародні аеропорти Мальпенса (біля Мілана) та імені Леонардо

да Вінчі (поблизу Рима).

Внутрішні авіап перевезення в основному здійснюють компанії Alitalia, АТІ та кілька їхніх дочірніх структур. Окрім великих міст, таких як Мілан, Рим і Венеція, регулярні рейси виконуються ще в понад 45 аеропортів країни.

Про популярність тих чи інших напрямків серед туристів свідчить зростання кількості сезонних і чартерних рейсів до таких міст, як Ріміні, Трієст, Генуя, Анкона, Катанія, Неаполь, Форлі, Палермо [49].

Залізнична система Італії добре розвинена і потяги здебільшого сучасні й комфортні. В середині країни курсують різні типи поїздів: швидкісні, надшвидкі, прямі, приміські та місцеві.

Міжміські автобуси в Італії також популярні: вони комфортні, доступні за ціною та користуються попитом як серед туристів, так і серед місцевих мешканців. Квитки на автобус можна придбати в газетних чи тютюнових кіосках, барах або кафе, якщо на вході є фіолетово-оранжевий логотип з фігуркою людини та написом «АТАФ».

Морський транспорт відіграє важливу роль як у внутрішніх, так і в міжнародних перевезеннях Італії. Це зумовлено довгою береговою лінією, стратегічним розташуванням країни на перетині морських шляхів, а також наявністю численних островів у її складі. В Італії функціонує 144 порти, серед яких найбільшим є Генуя – відомий у всьому світі. Найважливіший пасажирський порт розташований у Неаполі, звідки здійснюється сполучення з островами Сардинія, Сицилія та іншими. Великою популярністю користуються морські прогулянки з Неаполя на Капрі та Іскію.

Поромна переправа – чудова можливість насолодитися морськими краєвидами та узбережжям. Сучасні пороми зручні, місткі та особливо підходять для перевезення автомобілів і великого багажу. Ціна квитка залежить від класу судна та обраного місця, при цьому доступні різноманітні знижки й пільги [49].

Другою важливою складовою успішного розвитку туризму в Італії є готельна інфраструктура. Готельний бізнес тут повністю відображає

національні особливості: італійські готелі вирізняються автентичністю, середземноморським шармом, витонченим дизайном номерів і традиційно високим рівнем кухні, незалежно від класу закладу.

За кількістю готелів Італія посідає друге місце у світі після США. Водночас середній рівень їх завантаженості становить лише близько 40%. Незважаючи на велику кількість вільних місць, ціни на проживання тут вищі, ніж у сусідніх країнах. Це зумовлено високими податками на туристичну сферу, яка забезпечує близько 12% ВВП країни, а також розвиненим приватним сектором готельного бізнесу.

Більшість готелів в Італії зосереджена в центральній частині країни, тоді як на півдні та вздовж узбережжя їх помітно бракує. У туристичний сезон готелі в цих регіонах переповнені і виникає дефіцит вільних номерів. Розкішні готелі, відомі міжнародні мережі та великі готельні комплекси можна знайти по всій Італії, найбільша їх концентрація спостерігається на півночі. Саме там розташовані найпопулярніші туристичні напрямки – Рим, Мілан, Венеція, Флоренція, курорти Лігурійської Рив'єри та Ріміні – що зумовлює більшу кількість готелів високого класу.

Особливості італійського менталітету значною мірою впливають на стандарти готельного сервісу. Загальний рівень послуг досить високий, але деякі моменти можуть здатися незвичними. Наприклад, басейн у готелі не є обов'язковим елементом, і багато італійців не розуміють, навіщо купатися в штучній водоймі, маючи поруч море.

Ще одна характерна риса – обмежена територія навколо багатьох готелів. Через високу вартість землі це звична ситуація, коли двері готелю ведуть прямо на тротуар. Схожа ситуація й із пляжами на півдні: навіть якщо пляж формально належить готелю, сторонні особи можуть потрапити туди за окрему плату.

Ще однією характерною рисою італійських готелів є те, що ванни в номерах зустрічаються рідко – переважно встановлюють лише душові, особливо в бюджетних закладах.

У готелях вищого класу зазвичай пропонують харчування за системами напівпансіон, повний пансіон або навіть «все включено». Натомість у більшості недорогих готелів у вартість проживання входить лише сніданок. Проте трапляються випадки, коли сніданок не включений у ціну і за нього додатково нараховують оплату.

Класифікація готелів в Італії базується на традиційній п'ятизірковій системі. Вперше її застосували у 1981 році в окремих регіонах – таких як Лігурія, Сардинія, Кампанія та Абруццо, де власники самостійно присвоювали зірки своїм закладам. Загальнонаціональне впровадження відбулося у 1983 році, хоча до 2008 року кожен регіон встановлював власні стандарти оцінювання та здійснював контроль самостійно. Лише з 2008 року було прийнято єдину систему класифікації від однієї до п'яти зірок, обов'язкову для всіх 20 регіонів Італії, з правом місцевої влади посилювати вимоги до готелів у межах своєї юрисдикції [49].

В Італії існує кілька типів готелів, кожен з яких має свої особливості. Найпоширенішим варіантом розміщення є сімейні готелі типу Bed and Breakfast, особливо популярні в регіонах Тоскана і Ломбардія. Вони вирізняються домашньою атмосферою та традиційною італійською кухнею, створюючи відчуття, ніби ви в гостях у місцевої родини. Обов'язкова умова – готель має управлятися родиною, інакше він класифікується як міні-готель або гостьовий будинок.

Міні-готелі в Італії зазвичай відповідають категорії 2 зірки. Водночас на альпійських курортах можна знайти невеликі готелі, що за рівнем сервісу та зручностями не поступаються закладам вищих категорій.

Поруч із вокзалами та аеропортами розташовані денні готелі, відомі як Albergo diurno. Вони призначені для короткочасного відпочинку мандрівників і надають такі послуги, як хімчистка, пральня та перукарня.

Найдешевший сегмент готельного ринку представлений приватними закладами локанда (Locanda). Вони дуже маленькі, можуть прийняти лише кілька гостей одночасно. Обслуговуванням, прибиранням і приготуванням

їжі зазвичай займаються самі власники. Візитною карткою таких готелів є наявність затишної їдальні або спільної кімнати для гостей.

Отже, транспортна система та готельна інфраструктура є ключовими елементами розвитку туристичного сектору. В Італії ці сфери добре розвинені, що робить країну ще більш привабливою для туристів. Італія має сприятливе поєднання природних, культурних, соціальних і економічних умов, що стимулюють розвиток туризму. Найважливішими є культурні надбання та природні ресурси. Деякі туристичні переваги характерні лише для Італії, що підсилює її унікальність. Туризм активно підтримується як на державному, так і на регіональному рівнях. Місцеві жителі беруть активну участь у розвитку туризму, допомагаючи мандрівникам і сприяючи створенню гостинної атмосфери. Італія стала важливим центром міжнародного туризму, зокрема завдяки збільшенню кількості туристів із країн колишнього СРСР, Китаю, Індонезії та інших регіонів. Туризм позитивно впливає на розвиток суміжних сфер послуг – харчової, легкої промисловості, готельного бізнесу, транспорту, екскурсійного обслуговування тощо. Розвиток туризму сприяє створенню нових робочих місць – як постійних, так і сезонних, особливо для молоді та студентів у літній період. Підвищення ролі туризму також зміцнює міжнародний імідж Італії: країна регулярно приймає масштабні міжнародні заходи – спортивні змагання, виставки, конгреси, політичні саміти тощо.

## **2.5. Об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО**

Італія – одна з країн-лідерів за кількістю об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО. Станом на 2025 рік Італія має 60 об'єктів (54 об'єкти культурного типу та 6 об'єктів природного типу) [53]. Перші італійські об'єкти були внесені до списку ЮНЕСКО ще у 1979 році. Такий показник є одним з найбільших показників у світі. Вони репрезентують багатство історії, архітектури, мистецтва, традицій та природної краси Італії.



Рис. 2.12. Об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Італії [53]

Об'єкти культурної спадщина (їх більшість - 54). Це архітектурні пам'ятки, історичні центри міст, археологічні зони, релігійні споруди, художні комплекси.

Як приклад, можна зазначити наступні об'єкти: це історичний центр Рима (разом з Ватиканом) – античні пам'ятки (Колізей, Пантеон), ренесансні будівлі, базиліки. Флоренція – центр італійського Ренесансу з архітектурою Брунеллескі, Мікеланджело, Леонардо да Вінчі. Венеція та її лагуна – унікальна система каналів, площа Сан-Марко, палаци. Пізанський ансамбль – знаменита Падаюча вежа. Сассі-ді-Матера – стародавнє печерне місто. Вілла д'Есте у Тіволі – приклад ренесансного садового мистецтва. Археологічні зони Помпеї та Геркуланума – збережені міста, зруйновані під час виверження Везувію.

Природна спадщина Італії – ці об'єкти охороняються за унікальні ландшафти, біорізноманіття або геологічну цінність. Як приклад, можна зазначити наступні об'єкти: доломітові Альпи – одні з наймальовничіших гір

Європи з унікальними геоморфологічними структурами; гора Етна (Сицилія) – найактивніший вулкан Європи; Національний парк Чіленто і Валло-ді-Діано – поєднання природи, історії та середземноморських пейзажів [53].

Особливостями об'єктів ЮНЕСКО в Італії є в першу чергу широке географічне охоплення – від Альп до Сицилії. Відображення різних історичних епох – від доісторичних стоянок до епохи бароко. Багато об'єктів мають глобальне значення для історії мистецтва, архітектури, науки та релігії. Розвинена система охорони, реставрації та популяризації об'єктів.

## 2.6. Основні туристичні центри Італії

Італію можна умовно розділити на п'ять регіональних зон, і кожна з них вирізняється своїми унікальними рисами (рис. 2.13).

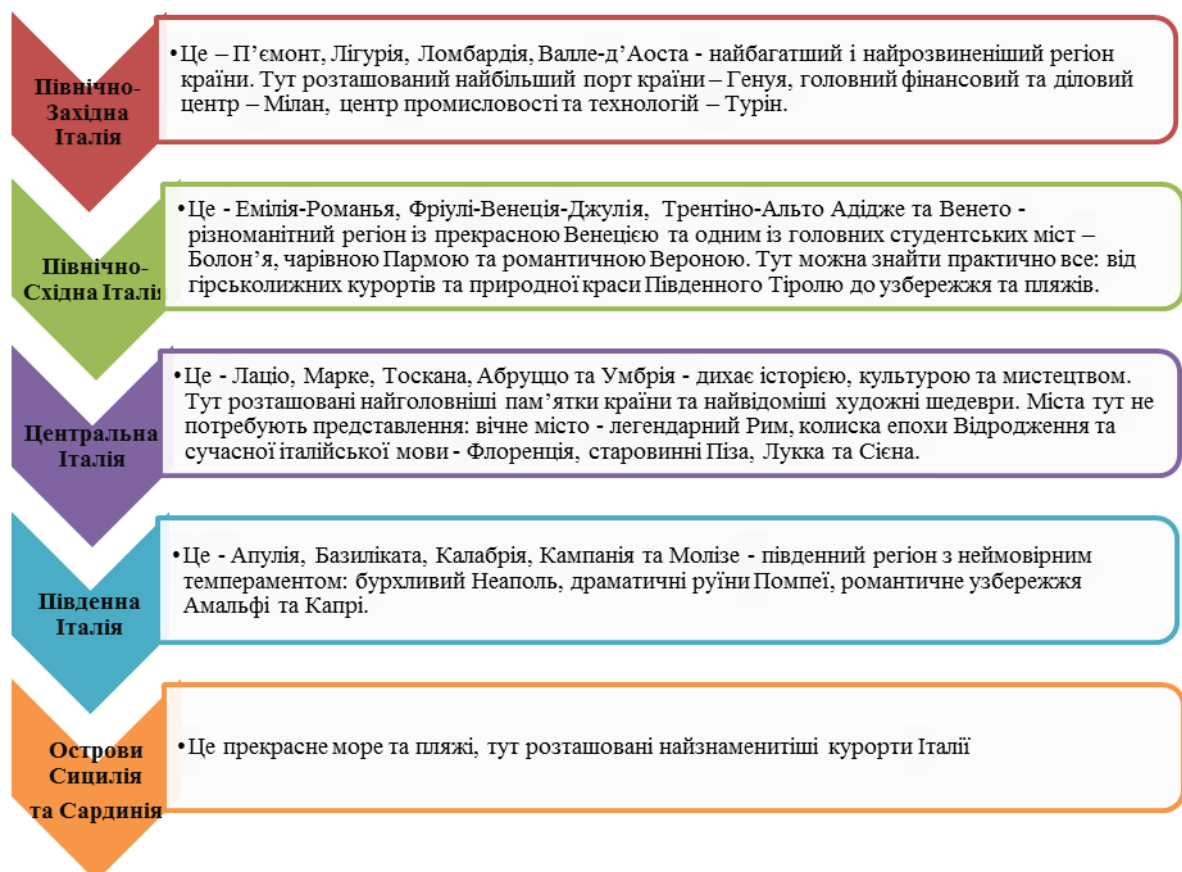


Рис. 2.13. Регіони Італії та їх особливості (складено автором на основі [48])

Італія має довге узбережжя, яке простягається вздовж кількох морів Середземноморського басейну. На сході її береги омивають Адріатичне й

Іонічне моря, а на заході – Тірренське та Лігурійське. Найдовшою річкою країни є По, а серед найбільших озер – Гарда і Комо.

Завдяки різноманітним географічним умовам і клімату природа Італії дуже різнобарвна. У північних регіонах, особливо в Альпах, переважають хвойні та мішані ліси, тоді як на півдні та узбережжі ростуть субтропічні рослини. Центральна частина поєднує риси як помірною, так і субтропічного клімату.

Клімат країни варіюється залежно від регіону: хоча в більшості районів літо спекотне й сухе, з піком температур у липні, не всі території відповідають класичному середземноморському клімату.

Восени в Італії часто йдуть дощі. Зими на півночі прохолодні й вологі, через що там часто бувають тумани, тоді як на півдні вони більш м'які. У передгір'ях Альп панує гірський клімат: літо там прохолодне, а зими суворі та сніжні. Щоб обрати найкращий час для подорожі, слід врахувати погоду, ціни на житло та харчування, кількість туристів і наявність культурних заходів. Найбільше туристів приїждить влітку, проте для знайомства з культурною спадщиною країни зручніше приїжджати взимку, коли менше туристів. Найкомфортніші періоди для подорожі – квітень-травень і вересень-жовтень.

Італія займає важливе місце на світовому економічному ринку. Її північ характеризується високим рівнем індустріального розвитку, тоді як південь більш аграрний. Значна частка промисловості контролюється державою через систему державно-монополістичного управління. Один із ключових органів – Державний інститут промислової реконструкції, який об'єднує понад 150 підприємств, більшість з яких підпорядковані уряду. За даними ООН, у 2021-2022 роках Італія посідала 8 місце серед провідних світових економік.

Економічне зростання Італії значною мірою підтримується державними програмами, спрямованими на розвиток туристичної галузі, яка займає провідне місце у світі. Щороку країну відвідує понад 30 млн. іноземних

туристів, що не лише поповнює державний бюджет, а й забезпечує приплив іноземної валюти.

Італія пропонує туристам усі умови для комфортного перебування, а прибережні курорти оснащені за міжнародними стандартами з високим рівнем обслуговування. До найпрестижніших напрямків відпочинку належать Тосканський архіпелаг, Сицилія, Рим, Венеція та Флоренція [48].

Мільйони мандрівників приїжджають до Італії, захоплюючись її багатою архітектурною спадщиною – це численні замки, палаци, собори, церкви та старовинні площі.

Італія також відома найдовшим морським узбережжям у Європі, з протяжними пляжами та великою кількістю курортних містечок. Адріатична Рив'єра – це частина узбережжя Адріатичного моря, що простягається на сотні кілометрів у північно-східній частині країни, в районі «халяви» італійського «чобота».

До цього популярного туристичного регіону входять такі відомі курорти, як Ріміні, Річчіоне, Каттоліка, Червія, Чезенатико, Мілано-Маріттима, Габічче-Маре, Анкона та Пезаро.

Зокрема, Ріміні й Равенна відомі як доступні за ціною курорти, які пропонують як спокійне дозвілля, так і активний відпочинок, що робить їх привабливими для туристів різного віку й уподобань (рис. 2.14).



Рис. 2.14. Курорт Ріміні (Італія) [49]

Річчіоне – відносно молодий, але вже один із найпопулярніших і

найбільш відвідуваних курортів Італії, розташований на мальовничому узбережжі Адріатичного моря в регіоні Емілія-Романья, трохи на південь від Ріміні. Тут на туристів чекає широкий вибір готелів, термальні джерела, смачна італійська кухня та жваве нічне життя. Крім приємного пляжного відпочинку, місто відоме своїми престижними бутиками й ювелірними магазинами, де представлені відомі світові бренди. Також з Річціоне зручно здійснювати поїздки до таких культурних центрів, як Рим, Венеція чи Флоренція.

На самому півночі Адріатичного узбережжя розташована Венеціанська Рив'єра, де найвідомішим курортом є Лідо ді Єзоло – всього за 35 км від Венеції. Тут кожен знайде розваги до душі: яхт-клуб, школи дайвінгу та серфінгу, заняття з верхової їзди, теніс, картинг, боулінг, три великі парки розваг і аквапарк «Акваландія». Курорт приємно тихий, без надмірного туристичного шуму, але водночас досить живий і динамічний.

Близько за 90 км на північний схід від Венеції знаходиться ще один популярний курорт – Ліньяно, який ідеально підходить для сімейного відпочинку з дітьми [49] (рис. 2.15).



Рис. 2.15. Курорт Ліньяно (Італія) [49]

Курорт вирізняється широкими пляжами з золотистим піском, що простягаються на вісім кілометрів і добре обладнані для зручного відпочинку. Готелі пропонують гостям якісний сервіс та мальовничі морські

панорами, а місцеві ресторани тішать вишуканими стравами й багатим вибором італійських вин [49].

На Лігурійському узбережжі найвідомішим курортом вважається Генуя (рис. 2.16). Туристи на цьому курорті мають можливість не лише насолоджуватись пляжним відпочинком, а й долучитися до насиченої екскурсійної програми.



Рис. 2.16. Курорт Генуя (Італія) [49]

Одним із найвідоміших курортів Італії є Сорренто – місто, розташоване на узбережжі з туфових скель, що мальовничо спускаються до Неаполітанської затоки. Воно приваблює мандрівників вражаючими краєвидами та унікальним природним ландшафтом (рис. 2.17).



Рис. 2.17. Курорт Сорренто (Італія) [49]

Цей регіон, розташований між мальовничими пагорбами та бірюзовими

водами моря, з давніх часів вважається перлиною південної Італії. Він також є чудовою базою для поїздок до таких місць, як Капрі, Помпеї, Везувій і Позітано.

Італія славиться численними висококласними гірськолижними курортами. Італійські Альпи простягаються більш ніж на тисячу кілометрів, охоплюючи зелені альпійські луки, засніжені гірські хребти з льодовиками та квітучі долини. Саме тут розташована найвища вершина Західної Європи – Монблан, біля підніжжя якої знаходиться відомий курорт Курмайор [48].

На кордоні зі Швейцарією височіють ще дві вражаючі засніжені вершини – Маттерхорн і Монте Роза. У цьому регіоні розташувався відомий гірськолижний курорт Червінія. Курорт знаходиться на висоті 3488 м. у мальовничій долині Вальтурнанц, оточеній горами, що надійно захищають її від холодних північних вітрів [49] (рис. 2.18).



Рис. 2.18. Гірськолижний курорт Червінія (Італія) [49]

На курорті панує ідеальний клімат для активного дозвілля. Тут прокладено безліч трас різної довжини та складності, що підходять як для початківців, так і для досвідчених лижників.

У самому серці Долімітових Альп розташований курорт Кортіна-д'Ампеццо – одне з найпрестижніших місць для гірськолижного спорту, де в 1956 році проходили Зимові Олімпійські ігри.

Острів Іскья, що знаходиться в Неаполітанській затоці, вважається

одним із найпопулярніших і найвідоміших курортів Італії для оздоровлення та відпочинку. Тут багато гарячих радонових джерел, які змішуються з морською водою, тож купатися можна навіть узимку. На острові діє термальний парк «Сади Еден», а лікування на курорті переважно спрямоване на хвороби суглобів та органів дихання.

У будь-яку пору року можна чудово відпочити на італійських термальних курортах, таких як Абано-Терме (Венето), Монсуммано-Терме (провінція Пістоя, Тоскана) та К'янчано-Терме (Сієна). Вони розташовані поблизу історичних міст – за 15 км від Падуї та 48 км від Венеції, біля підніжжя пагорбів Еугане. Лікувальні властивості мінеральних вод у поєднанні з культурною близькістю роблять ці місця особливо привабливими.

К'янчано-Терме вигідно розташований у мальовничій Тоскані, серед виноградників і оливкових гаїв. Тут можна не лише оздоровитися завдяки лікувальним джерелам, а й насолодитися архітектурними пам'ятками та красою місцевих пейзажів.

Мілано-Маріттіма – це курорт, знаний не лише завдяки бальнео- й грязелікуванню, а й як справжній зелений куточок із сосновими та кедровими гаями, що створюють особливу атмосферу спокою.

Озеро Маджоре, що простягається між Італією та Швейцарією, розташоване у регіонах Ломбардія та П'ємонт. На його східному березі – численні природні парки, а на західному – елітні курорти Стреза, Вербанія й Бавено. Поруч розташовані мальовничі острови, що роблять цю місцевість ще більш привабливою для відпочинку [48].

Озеро Гарда знаходиться на півночі Італії, біля підніжжя Альп. Його північні береги оточені невисокими горами, а південна частина має рівнинний рельєф і сухіший клімат. Уздовж берегової лінії розташовані як піщані, так і кам'яністі пляжі, а на території багатьох готелів облаштовані зручні містки для відпочинку. Поблизу озера, особливо на півдні, розміщено чимало парків: на західному березі – природний парк, а на східному – два

заповідники.

Ще одне відоме озеро, розташоване на півночі Італії – це озеро Комо. (рис. 2.19) [48].



Рис. 2.19. Озеро Комо (Італія) [48]

Озеро оточене мальовничими краєвидами, які приваблюють численних туристів. Уздовж берегів розміщено багато вілл, а влітку вода в озері прогрівається до комфортних  $+26^{\circ}\text{C}$ .

Сицилія – найбільший острів Італії, який славиться чистим, теплим і спокійним морем, смачною кухнею та різноманітною природою. Пляжі на півдні острова здебільшого піщані, а на півночі – піщано-галькові або скелясті.

Сардинія розташована за 200 км на захід від Італії та лише за 12 км від французької Корсики. Це чудове місце для тихого й екологічно чистого відпочинку. Велика частина острова – це природні та археологічні заповідники. Пляжі тут піщані, серед пальм та хвої.

Капрі, що лежить у Тірренському морі, за 5 км від узбережжя Сорренто й за 36 км від Неаполя, славиться своїми стрімчастими берегами, печерами та живописними морськими арками. Вода надзвичайно прозора – видимість досягає 8-10 метрів, а пляжі переважно скелясті.

Іскья розташована в Неаполітанській затоці, за 40 км від Неаполя та лише за 7 км від материка. Пляжі на острові невеликі, але всі – піщані [48].

Італія – справжнє місце мрії для любителів дайвінгу: занурення

можливі майже в будь-якому куточку країни. Особливо цікавим є морське узбережжя поблизу Вілласимуса на Сардинії, де навіть досвідчені дайвери знайдуть щось нове – тут на дні моря лежать чотири затонулі судна, а також є підводні рифи.

Кожен італійський регіон, а інколи й окреме місто, має свої унікальні гастрономічні традиції та страви з глибоким історичним корінням. У Лігурії, наприклад, варто спробувати місцеве вино верментино та фокаччу – хліб із сиром, оливками й оливковою олією. Серед традиційних страв – тестаролі, старовинна форма пасти у вигляді млинців, нарізаних шматочками й поданих із соусом песто та тертим сиром, а також пансотті – равіолі з рикотою, шпинатом і ароматними травами.

У Ломбардії туристам пропонують оссо буко – тушковану телячу гомілку, ризотто по-міланськи з шафраном, а також поленту з кукурудзяного борошна, яку готують по-різному: як гарнір або навіть як десерт. Ще одна регіональна страв – касуела, це ароматна тушкова свинина з капустою [49].

У регіоні П'ємонт туристам пропонують скуштувати місцеві гастрономічні делікатеси. Серед них – анчоуси в соусі «аль верде»: солоні анчоуси подаються з ароматним зеленим соусом на основі перцю, оливкової олії, петрушки та інших запашних трав. Ще одна популярна страв – ньоккі алла бава: ніжні картопляні галушки, приготовані з сирним соусом, який поєднує кілька сортів сиру, а справжньою класикою п'ємонтської кухні є болліто місто – асорті з різних видів вареного м'яса, яке подають із різноманітними соусами [49].

Тосканські вина відомі у всьому світі своєю елегантністю та витонченістю й не потребують додаткової реклами. Натомість кухня регіону відзначається простотою та натуральністю. Гостям обов'язково запропонують скуштувати знаменитий флорентійський стейк – соковитий шматок яловичини з хрусткою скоринкою, який усередині залишається трохи недопеченим. Ще одна традиційна страв – риболліта, ситний овочевий суп з

бобовими та шматочками черствого хліба, а на десерт – кантуччі: хрустке печиво з мигдалем або шматочками шоколаду, яке зазвичай подають із солодким вином [49].

Сицилійська кухня вирізняється своєю багатогранністю завдяки впливу багатьох культур – грецької, арабської, французької та іспанської – які залишили тут свій кулінарний слід. Мандрівникам неодмінно запропонують скуштувати пасту алла сициліана – спагеті з ароматним соусом із сардин, каперсів, кедрових горішків і гострого перцю. Ще одна популярна страва – рісо аль форно: запечений рис із м'ясним соусом, шинкою, моцарелою та пармезаном. На десерт тут подають знамениті каннолі – хрусткі вафельні трубочки, наповнені ніжним кремом із рикоти. Сицилія також славиться своїми ароматними солодкими винами, серед яких особливо вирізняються Мускато, Неро д'Авола та Марсала [49].

Серед головних туристичних принад – венеційські гондоли, які як водне таксі перевозять туристів каналами цього чарівного міста. Багато мандрівників також відвідують Ватикан і Сан-Марино – незалежні держави, тісно пов'язані з Італією економічно й культурно. З відпочинком активно розвиваються доступні варіанти – кемпінгові зони, морські узбережжя, гірськолижні курорти. Чимало туристів приїжджають до Італії саме заради шопінгу – тут можна придбати елітний одяг та аксесуари від провідних світових брендів, зокрема й для подальшого перепродажу.

Найпривабливішою для туристів є культурна спадщина країни. Із семи провідних театрів Європи два знаходяться саме в Італії – легендарна «Ла Скала» в Мілані та Королівський театр «Сан-Карло» в Неаполі. Саме тут також проводиться один із найстаріших у світі кінофестивалів – Венеційський.

Отже, Італія – це країна, що пропонує туристам безмежне різноманіття вражень: від історії й мистецтва до природи, гастрономії та моди.

## РОЗДІЛ 3

### ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

#### 3.1. Ретроспективний аналіз становлення та розвитку туристичної галузі Італії

Сучасна туристична індустрія Італії має понад столітню історію, хоча відвідувати цю країну люди почали ще задовго до того. Одними з перших, хто подорожував до Італії саме з культурною метою, були європейські аристократи під час так званого Гранд-туру – освітньої подорожі, яка набрала популярності наприкінці XVII ст. та особливо розквітла в XVIII ст.

Рим, як столиця колишньої Римської імперії, ще з античних часів привертав до себе величезну кількість людей з різних регіонів імперії – від Середземномор'я й Північної Африки до Британських островів і Близького Сходу. Торговці, мандрівники й купці з усього світу регулярно приїжджали до Італії. Після падіння імперії у 476 р. н. е. Рим утратив своє політичне значення, проте залишився духовним центром, ставши осередком папської влади та важливим місцем християнського паломництва. Таким чином, місто продовжувало приваблювати мандрівників як один із головних релігійних центрів Європи – своєрідний попередник сучасного релігійного туризму.

Крім того, економічні гіганти середньовіччя, такі як Венеція, Генуя та Піза, активно розвивали міжнародну торгівлю, завдяки чому Італію часто відвідували бізнесмени та купці, а під час епохи Відродження, у XVI-XVII ст., багато студентів і митців прибували до країни, щоб вивчати її архітектуру й мистецтво – зокрема, серед таких був і англійський архітектор Ініго Джонс [49, 52].

Справжній розвиток туризму в Італії почався лише в другій половині XVII ст. з появою Гранд-Туру. Гранд-Тур був традиційною освітньою подорожжю по Європі, поширеною у XVII-XVIII ст. серед молодих чоловіків з аристократичних і заможних родин. Зазвичай вони вирушали в таку подорож у супроводі наставника або родича, досягнувши повноліття

(близько 21 року).

Цей звичай, що набув популярності приблизно з 1660 року і тривав до впровадження масових залізничних перевезень у 1840-х роках, передбачав певний типовий маршрут і розглядався як частина освітнього становлення молоді. Хоча Гранд-Тур був переважно характерним для британської еліти та землевласників, подібні мандрівки здійснювали також представники заможних родин з інших протестантських країн Північної Європи, а з другої половини XVIII ст. – й окремі мандрівники з Північної та Південної Америки.

До середини XVIII ст. Гранд-Тур став звичною частиною аристократичного виховання і в Центральній Європі, хоча залишався доступним переважно лише представникам найвищих верств суспільства. Згодом інтерес до цієї традиції поступово згас, особливо зі зменшенням популярності неокласичної культури. Крім того, з розвитком доступних залізничних і пароплавних перевезень розпочалася нова епоха масового туризму, символом якої став Томас Кук і його організовані подорожі.

У цей період європейські аристократи, переважно англійці, активно подорожували по Європі, з особливою увагою до Італії, Греції та інших середземноморських регіонів, які користувалися великою популярністю. Основною метою таких мандрів було ознайомлення з античною архітектурою та місцевими культурними традиціями. Витоки Гранд-Туру пов'язують із книгою «Подорож до Італії», написаною католицьким священиком Річардом Ласселсом і виданою у 1670 році. Саме Гранд-Тур дав поштовх зростанню популярності туризму, зробивши Італію однією з найпривабливіших країн для мандрівників [49, 52].

У той час туристи, подорожуючи сучасною Італією, зазвичай робили короткі зупинки в Турині, а Мілан, хоч і був на маршруті, але не вважався обов'язковим пунктом – його часто минали або залишалися ненадовго. Туристи, які прибували морем, могли затриматися на кілька днів у Генуї. Однак головною метою подорожі Північною Італією була Венеція, яку

вважали найважливішим пунктом маршруту. Разом з нею обов'язковими для відвідування вважалися й такі міста, як Верона, Віченца та Падуя.

У межах маршруту Гранд-Туру міста Тоскани відігравали важливу роль. Особливо привабливою для мандрівників була Флоренція, яка вважалася головною культурною пам'яткою регіону. Такі міста, як Сієна, Піза, Лукка та Сан-Джiminьяно, також були популярними зупинками. Проте найзначнішою точкою Центральної Італії залишався Рим – провідний осередок мистецтва, культури й одне з ключових міст для кожного учасника Гранд-Туру.

Згодом туристи прямували на південь до Неаполітанської затоки. Після відкриття археологічних розкопок у 1710 році, Помпеї та Геркуланум стали особливо привабливими для відвідувачів. Сицилія також вважалася важливою частиною маршруту, і деякі мандрівники, зокрема Йоганн Вольфганг Гете, не оминали можливості побувати на острові [49, 52].

У XVII-XVIII ст. участь у Гранд-Турі була переважно привілеєм науковців та представників вищих верств суспільства. Однак із запровадженням залізничного транспорту близько 1840 року ця традиція почала поступово втрачати актуальність, відкривши шлях до появи перших форм масового туризму. У 1840-х роках представники вікторіанського середнього класу почали активно подорожувати, зокрема територією Італії. Також зросла кількість американських туристів, які прибували на півострів.

Венеція, Флоренція, Рим, Неаполь і Сицилія продовжували залишатися ключовими туристичними центрами. З плином часу інтерес до суто культурних подорожей дещо зменшився, і все більше мандрівників приїжджали до Італії, щоб насолодитися її природною красою та кліматом.

Перші морські курорти, розташовані на Лігурійському узбережжі, біля Венеції, вздовж узбережжя Тоскани та в районі Амальфі, почали привертати дедалі більшу увагу та ставали все популярнішими. Мода на літній відпочинок на морі особливо посилилася в період «кінця століття», коли активно зводили розкішні «Гранд-готелі» в таких місцях, як Санремо, Лідо-

ді-Венеція, Віареджо та Форте-дей-Мармі.

Поступово зростала популярність середземноморських островів – Капрі, Іскії, Прочіди та Ельби, а також північних озер, таких як Комо, Маджоре й Гарда, які стали частими напрямками для туристів.

Інтерес до подорожей в Італію зберігався аж до кінця 1920-х – початку 1930-х років, однак із настанням Великої депресії та загальною економічною кризою багато людей втратили можливість подорожувати. Зростання політичної напруженості також призвело до зниження кількості туристів.

Після серйозного занепаду туризму, що розпочався у 1929 році та продовжився внаслідок Другої світової війни, Італія знову стала популярним туристичним напрямком. Цьому сприяло так зване «італійське економічне диво», що принесло загальне покращення добробуту населення. Завдяки таким фільмам, як *La Dolce Vita*, які мали успіх за кордоном і демонстрували привабливий образ італійського стилю життя, міжнародний імідж країни значно покращився.

У цей період, із підвищенням доходів, дедалі більше італійців отримали можливість подорожувати й відпочивати. Приморські курорти, зокрема на узбережжі Романьї, стали надзвичайно популярними. У 1960-х роках активно зводилися недорогі готелі, пансіонати та гуртожитки, що зробило відпочинок доступним навіть для робітничих родин.

У кінці 1960-х років почав активно розвиватися зимовий туризм – гірські регіони, як-от П'ємонт і долина Аості, стали місцем будівництва численних гірськолижних курортів та шале.

У 1970-х Італія знову привабила хвилю іноземних туристів, багато з яких прагнули емоційно насичених подорожей у стилі Віллоресі. Загалом, Середземноморські напрямки переживали справжній бум міжнародного туризму [49, 52].

Втім, наприкінці 1970-х – на початку 1980-х років італійський туризм зазнав серйозного спаду через економічні труднощі та політичну нестабільність. У цей період зростала популярність альтернативних

туристичних напрямків, зокрема в країнах Далекого Сходу та Південної Америки. Однак уже наприкінці 1980-х – на початку 1990-х років Італія знову відновила свої позиції на туристичній карті світу. Особливої популярності набув Мілан, який завдяки статусу одного зі світових центрів моди почав активно приваблювати туристів з усього світу.

Наприкінці 1990-х років Італія входила до числа десяти провідних країн світу за обсягом міжнародного туризму. У цьому рейтингу також були Франція, США, Іспанія, Велика Британія, Китай, Мексика, Польща, Канада та Австрія. За рівнем прибутків від туристичної галузі Італія посіла одне з провідних місць, поступаючись лише США, і залишалася серед таких країн, як Франція, Іспанія, Велика Британія, Німеччина, Китай, Австрія, Канада та Польща.

У 1999 році Італію відвідало 18% усіх туристів, які подорожували в межах Середземноморського регіону. За даними Всесвітньої туристичної організації (СОТ), того ж року на Італію припадало близько 6% усіх міжнародних туристичних прибутків у світі, 10% - в межах Європи та 31% - серед країн Південної Європи. Ці показники залишались відносно стабільними протягом усього десятиліття [49, 52].

Італія мала значний культурний вплив на світ не лише завдяки своїй багатій історії, а й через масову еміграцію італійців під час діаспори, що поширила її культуру в різні куточки планети. У самій країні налічується близько 100 тис. об'єктів культурної спадщини, серед яких музеї, палаци, храми, статуї, вілли, фонтани, галереї, археологічні пам'ятки тощо. За деякими підрахунками, саме в Італії зосереджена половина найцінніших мистецьких надбань світу.

### **3.2. Сучасні тенденції ринку туристичних послуг Італії**

У 2024 році Італія прийняла кількість туристів, що в сім разів перевищує чисельність її населення, що стало зростанням на 2,5% порівняно з попереднім 2023 роком. Основним джерелом цього зростання є іноземні туристи, тоді як

кількість подорожей самих італійців зменшилася, ймовірно через зниження купівельної спроможності. Загалом, туристичний сектор Італії демонструє стійкість навіть в умовах інфляції та зростання цін, особливо в сфері послуг.

Італія – є провідним туристичним центром Європи, яка у 2025 році переживає справжній туристичний підйом. Після тривалого періоду економічної нестабільності та серйозного удару пандемії COVID-19 по туристичній галузі, країна успішно відновлює свої позиції серед найпопулярніших напрямків у світі. У 2020-2022 роках багато підприємств сфери гостинності призупинили роботу, але з 2023 року почалося активне відновлення, яке у 2024-2025 роках перейшло в стрімке зростання. Завдяки державним інвестиціям у розмірі понад 2,5 млрд євро вдалося модернізувати інфраструктуру, відреставрувати культурні об'єкти та запровадити цифрові рішення в обслуговуванні туристів [50, 52].

За даними ENIT, лише в першому кварталі 2025 року потік туристів зріс на 18% порівняно з тим самим періодом минулого року, і до кінця року очікується понад 60 млн іноземних відвідувачів.

Основні туристичні потоки, як і раніше, спрямовані до найвідоміших міст Італії: Риму – з його унікальною історико-культурною спадщиною; Флоренції – символу епохи Відродження; Венеції – неповторного міста на воді; Мілану – осередку моди й ділової активності, а також до мальовничих південних курортів, таких як Неаполь, Сорренто та Амальфі.

Водночас дедалі більше туристи відкривають для себе менш відомі, але автентичні куточки країни – Тренто, Урбіно, Ассізі, Альберобелло, а також регіони Калабрія та Базиліката. Сучасні туристи прагнуть глибших вражень: їх приваблюють місцева кухня, сільський колорит, екоферми й некваплива атмосфера справжньої Італії.

Інновації у сфері технологій також суттєво вплинули на розвиток туризму. У 2025 році в Італії з'явився загальнонаціональний мобільний додаток «Discover Italia 2025», який дозволяє мандрівникам легко планувати маршрути, бронювати екскурсії та миттєво дізнаватися цікаві факти про

пам'ятки просто на місці. До того ж, у багатьох містах з'явилися QR-коди на туристичних об'єктах, які відкривають доступ до інтерактивних мап, аудіогідів і віртуальних екскурсій.

Італійська кухня залишається одним із головних магнітів для туристів. У 2025 році спостерігається справжній бум на гастрономічні мандрівки: туристи відвідують виноробні Тоскани, сироварні Емілії-Романьї, оливкові плантації Апулії, а також беруть участь у майстер-класах із приготування традиційних страв – пасти, піци, джелато. Великою популярністю користуються також сільські тури у форматі *agroturismo*, де відвідувачі живуть на фермах, допомагають із сільськогосподарськими роботами, вивчають місцеву кухню та насолоджуються відпочинком на природі.

Туризм формує понад 13% ВВП Італії й залишається важливим джерелом нових робочих місць. Від цього зростання особливо виграють представники малого бізнесу – власники невеликих готелів, кафе, сувенірних крамниць, місцеві екскурсіводи, таксисты, винороби та майстри народних ремесел. Держава активно підтримує ці сектори через фінансову допомогу, грантові програми та податкові пільги [50, 52].

Однак разом із позитивною динамікою зберігаються і серйозні виклики. Серед основних проблем – перенасичення туристами у таких містах, як Венеція та Рим, надмірне навантаження на прибережні райони й острови, перевантажена інфраструктура в популярних регіонах та потреба зберігати історико-культурну спадщину. Щоб пом'якшити ці наслідки, місцева влада запроваджує обмеження на кількість відвідувачів деяких пам'яток, стягує спеціальні туристичні збори й впроваджує ініціативи сталого туризму для зменшення екологічного впливу.

Експерти вважають, що найближчими роками Італія не просто збереже своє лідерство серед туристичних напрямків Європи, а й перейде на новий рівень – «розумного туризму», який буде поєднувати сучасні технології, екологічну відповідальність та глибоке культурне занурення. У 2026 році очікується подальше збільшення інвестицій у транспортну інфраструктуру,

цифрові сервіси, розвиток туристичних маршрутів і покращення умов у менш розкритих, але мальовничих куточках країни.

У 2025 році Італія не лише відновила свою туристичну галузь, а й розпочала її оновлення з акцентом на якість, автентичність та комфорт. Сьогодні подорож до Італії – це не просто огляд пам'яток, а занурення в атмосферу емоцій, культури, традицій і стилю життя в дусі «la dolce vita».

### **3.3. Проблеми та перспективи розвитку туризму Італії**

Італія – це надзвичайно приваблива країна, яка зачаровує туристів. Її туристичний сектор активно розвивається: за прогнозами Італійської національної обсерваторії туризму (ONT), до 2028 року кількість міжнародних туристів перевищить 82 млн, а щорічний прибуток зросте на понад 56 млрд євро. Внутрішній туризм також залишається важливою складовою економіки. Як третя за розміром економіка Єврозони, Італія має найбільшу кількість об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО у світі – їх 60. Її культурне багатство, мистецтво й гастрономія вражають і приваблюють мандрівників з усього світу, які можуть відкривати цю країну з різних сторін.

З іншого боку, щорічне зростання туристичних потоків до Італії має і свої негативні наслідки. Туризм спричиняє значне навантаження на навколишнє середовище: зростає кількість автотранспорту, забруднюються водойми, а відпочивальники залишають після себе сміття. Перельоти й поїздки наземним транспортом також додають забруднення повітря. Ще одна проблема – неконтрольоване будівництво доріг та автомагістралей, що псує природні ландшафти, зокрема в сільській місцевості. До того ж, великі готельні комплекси займають мальовничі узбережжя Сардинії та Тоскани, аби розмістити якомога більше туристів [50].

Серйозною загрозою для країни є й надмірний туризм. Наприклад, у Венеції, яка приваблює мільйони відвідувачів щороку, спроби обмежити їхній вплив поки що не дали бажаних результатів. Незважаючи на унікальну архітектуру, багату культурну спадщину та історичне значення міста,

Венеція стикається з численними проблемами. Найбільша з них – це зміна клімату: через підняття рівня моря до 2050 року третина міста може опинитися під водою. Погіршує ситуацію й те, що через ризик регулярних повеней банки неохоче фінансують ремонт старих будівель, що сприяє їх подальшій руйнації.

Багатомільярдний проєкт MOSES – система мобільних шлюзів, створена для захисту Венеції від припливів і штормів – почала працювати в жовтні 2020 року. Проте, попри свою ефективність у короткостроковій перспективі, ця інфраструктура не здатна вирішити основну проблему – поступове підвищення рівня моря, спричинене зміною клімату.

Ще одне серйозне випробування для міста – стрімке зростання туристичного потоку. Щодня історичний центр Венеції відвідують близько 70-80 тис. осіб, тоді як постійних жителів налічується лише 55 тис. Очікується, що до 2026 року річна кількість туристів зросте з 20 до 38 млн. Окрему загрозу становлять великі круїзні судна, які заходять до венеціанської лагуни й одночасно привозять тисячі пасажирів – у деякі дні їх кількість сягає 44 тис. Ці гігантські кораблі не лише порушують баланс міського простору, перевищуючи розмірами історичну забудову, а й створюють ризики для архітектурної спадщини, довкілля, здоров'я мешканців і функціонування традиційного водного транспорту. Крім того, вони несуть екологічну загрозу у вигляді потенційних аварій, витоків пального, пожеж і навігаційних збоїв [50].

В Італії якість туристичного розміщення залишається на середньому рівні, при цьому пропозиція готельних місць доволі рівномірно поділена між готелями та альтернативними формами проживання. Основна частка номерів зосереджена у тризіркових готелях (43,1%), тоді як об'єкти класу «люкс» і «суперлюкс» становлять лише 3,1%. Крім того, більшість готелів не належать до великих мереж, що є нетиповим порівняно з іншими європейськими країнами.

Ще одним слабким місцем є цифрова присутність: лише 88,5% закладів

мають рекламу в Інтернеті, і лише 68,3% дозволяють бронювання онлайн. Безкоштовний Wi-Fi пропонують трохи більше половини – лише 52,8% готелів.

Ці недоліки особливо відчутні в південних регіонах країни, які, незважаючи на величезне культурне, історичне й природне багатство, не в змозі повною мірою використати свій потенціал. Туризм у цих регіонах зосереджений переважно на пляжному відпочинку – ринку, що вже досяг зрілості і стикається з жорсткою конкуренцією з боку інших середземноморських країн. Послуги в цьому сегменті мають невисоку додану вартість і не сприяють сталому розвитку туризму [50].

Не можна оминати увагою і серйозний вплив пандемії, яка охопила Італію у 2021-2022 роках і досі має наслідки. З 1999 року туризм стабільно забезпечував 10-15% ВВП країни, залишаючись ключовою галуззю економіки. За даними Statista, з 2010 року його частка лише зростала, однак у 2020 році, через пандемію, вона різко знизилася до 7%. Цей спад обернувся колосальними втратами – доходи від туризму зменшилися на 100 млрд євро порівняно з 2019 роком.

Хоча у 2021 році нові штани COVID-19 та подальші обмеження призвели до ще одного важкого року для туристичної галузі країни. Найбільше постраждали туристичний і транспортний сектори, а також пов'язані з ними галузі, зокрема громадське харчування. Загальні збитки за 2020-2021 роки оцінюють у 150 млрд євро.

Певне пожвавлення відбулося завдяки внутрішньому туризму, однак загальні втрати у 2021 році залишалися високими – від 50% до 80%, а для туроператорів – до 90%. У той час в країні діяв так званий «Super Green Pass», що регулював пересування і доступ до публічних місць. Надзвичайний стан офіційно завершився лише 31 березня 2022 року [50].

Італія, як активний учасник світового туристичного ринку, не може залишатися осторонь глобальних тенденцій. Зростання виїзного туризму з країн на кшталт Китаю та Індії поступово змінює структуру попиту й

напрямки туристичних потоків. Проте це також відкриває нові можливості для популярних туристичних держав, серед яких Італія займає провідне місце.

Попри існуючі виклики, країна впроваджує низку ініціатив, спрямованих на вдосконалення туристичної інфраструктури та покращення привабливості напрямків. Одним із прикладів є проєкт «Аква-смарагд» у Венеції – комплексна стратегія розвитку міста, що враховує досвід як тимчасових гостей, так і постійних мешканців. Цей підхід базується на глибокому аналізі поточних викликів, з якими стикається Венеція, зокрема проблем екології та демографічного спаду. Незважаючи на свою унікальну архітектуру і чарівну атмосферу, місто поступово втрачає населення та зіштовхується з загрозами для свого довкілля.

Цей запропонований підхід має на меті залучити жителів Венеції до переосмислення майбутнього розвитку міста та започаткувати відкритий діалог щодо його трансформації. Ідея полягає в тому, щоб знайти баланс між змінами та збереженням глибокого зв'язку з історичною спадщиною, культурними цінностями та способом життя, які роблять Венецію неповторною і якою вона має залишатися надалі [50].

У Венеції було введено нові правила для туристів: починаючи з січня 2023 року, всі відвідувачі, які не планують залишатися на ніч у місті, зобов'язані сплачувати спеціальний внесок. Туристи, які не зупиняються в готелях або інших місцях проживання, мають заздалегідь зареєструватися та оплатити збір, сума якого варіюється від 3 до 10 євро залежно від пори року та очікуваної кількості відвідувачів у конкретний день. Це рішення покликане компенсувати економічні витрати, пов'язані з великою кількістю одноденних туристів, які приносять місту мінімальний прибуток [50].

Серед загальних порад щодо удосконалення туристичних напрямків та розвитку туризму загалом можна виділити кілька ключових напрямків:

По-перше, важливо активно розвивати цифровий туризм і вдосконалювати IT-інфраструктуру, адже саме онлайн-сервіси є основним

джерелом інформації для мандрівників. Багато італійських туристичних сайтів досі не мають англійської версії, що ускладнює пошук інформації для іноземців. Додавання перекладів – необхідний крок для покращення доступності.

По-друге, слід посилити туристичну привабливість Південної Італії. Наприклад, варто заохочувати короткі поїздки на один-два дні в цей регіон, зокрема серед молоді. Крім того, доцільно оновлювати наявні туристичні продукти та модернізувати інфраструктуру, що дозволить вирівняти дисбаланс у розвитку туризму між Півднем і Північчю країни [50].

У Національному стратегічному плані розвитку туризму в Італії наразі акцент зроблено на таких ключових напрямках:

1) Сталий розвиток – основа туристичної конкурентоспроможності, яка передбачає збереження природних ресурсів і ландшафтів, а також інвестування в їх охорону. Суть цього підходу – забезпечити рівномірний розподіл туристичних потоків по країні протягом усього року, створюючи робочі місця як у вже відомих, так і в нових локаціях.

2) Інновації – впровадження нових рішень у туристичних напрямках, бізнес-моделях, професіях, маркетингу та якості сервісів. Особливу роль відіграє цифровізація, яка допомагає поширювати інформацію, підтримує вибір туристів і вдосконалює інструменти комунікації.

3) Доступність – підвищення можливостей для відвідування менш популярних регіонів та забезпечення рівного доступу до туристичних послуг для всіх категорій мандрівників, щоб кожен мав змогу повністю відчувати унікальність і привабливість різних місць [50].

Останнім часом у сфері реклами зростає інтерес до просування не лише відомих туристичних об'єктів, а й маловідомих місць по всій країні. Метою є урізноманітнення туристичних маршрутів і рівномірний розподіл економічної вигоди від туризму, акцентуючи увагу на унікальних природних, історичних і культурних ресурсах Італії. Агентство ENIT втілює цю стратегію, створюючи туристичні продукти, що задовольняють вузькі

інтереси – наприклад, винний туризм, активний відпочинок і пригоди. Такий підхід дозволяє місцевим громадам розвивати невеликі туристичні ініціативи, тісно пов'язані з особливостями регіону. Це відповідає сучасним тенденціям, коли мандрівники шукають персоналізований досвід, прагнуть до саморозвитку та бажають позитивно впливати на місця, які відвідують.

У найближчі роки розвиток туризму в Італії орієнтуватиметься на зростання цінності, а не лише кількості. Основна мета – досягнення економічної, соціальної та культурної стабільності завдяки ширшому спектру туристичних послуг, які підтримуються місцевими підприємцями. Це бачення передбачає кілька ключових напрямів: дотримання принципів екологічної стійкості; посилення ролі місцевих продуктів і брендів через ефективне позиціонування в межах національної стратегії; відповідальне ставлення до місцевих громад і підвищення соціальної відповідальності; активніше використання регіональних аеропортів та інших транспортних хабів [50, 52].

Для покращення готовності до кризових ситуацій та зменшення їх негативного впливу на туризм і пов'язані галузі, мають бути впроваджені наступні кроки:

1) Інтеграція туризму у загальну кризову політику. Потреби туристичного сектору мають бути враховані в загальнодержавних планах кризового реагування. Оскільки туризм часто страждає разом з іншими сферами, важливо забезпечити його повну інтеграцію в антикризові дії шляхом співпраці між урядом, туристичними відомствами, іншими секторами та службами екстреного реагування.

2) Розробка та оновлення стратегій кризового управління в туризмі. Необхідно мати сучасну стратегію реагування на кризові ситуації у сфері туризму на національному, регіональному та місцевому рівнях. Така стратегія повинна охоплювати як заходи профілактики, так і дії під час самої кризи, будучи невід'ємною частиною загальної туристичної політики.

3) Формування структур для впровадження кризових стратегій.

Важливо створити чіткі механізми управління кризами, визначивши відповідальні органи та ієрархію рішень. Це можуть бути спеціалізовані підрозділи або установи з підготовленим персоналом, які матимуть достатні повноваження та ресурси для оперативного реагування.

4) Пріоритетність комунікації з туристичним середовищем. Ефективна інформаційна стратегія – ключовий інструмент у кризових умовах. Вона повинна включати своєчасне й достовірне інформування туристів, бізнесу та ринку, а також зворотний зв'язок для оцінки ситуації. Злагоджена комунікація, особливо одразу після кризи, значно пришвидшує відновлення галузі.

5) Забезпечення підтримки для туристичного бізнесу та працівників. У рамках антикризових стратегій необхідно передбачити заходи, що пом'якшують наслідки скорочення туристичного потоку. Досвід пандемії COVID-19 показав, наскільки важливою є державна допомога для збереження основних елементів туристичної інфраструктури та функціонування ланцюга створення вартості. Це дозволяє зберегти потенціал для подальшого ефективного відновлення галузі.

6) Розробка адаптивних стратегій сталого туризму. На національному та регіональному рівнях слід створювати середньо- та довгострокові плани розвитку туризму, засновані на принципах сталості. Вони мають бути орієнтовані на майбутнє, включати оцінку потенційних ризиків і мати гнучку структуру, яка дозволяє швидко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі.

7) Розширення туристичних ринків і пропозиції. Для підвищення стійкості туристичного сектору важливо уникати залежності від обмеженої кількості ринків. Одним із рішень, які довели свою ефективність під час пандемії, стало переорієнтування на внутрішній туризм. Надалі внутрішні та сусідні ринки відіграватимуть дедалі важливішу роль у контексті зростаючих викликів, пов'язаних із безпекою, витратами, екологією та обмеженнями на далекі подорожі [49].

Зменшення негативного впливу туризму на довкілля DESTИНАЦІЙ є надзвичайно важливим завданням. Перехід до екологічно відповідального туризму та підтримка «зеленої» економіки мають бути реалізовані через такі кроки:

1) Інтеграція принципів сталості в туристичну політику. Національні та місцеві органи мають включити принципи сталого розвитку й Цілі сталого розвитку ООН у своє стратегічне бачення туризму. Це передбачає переоцінку підходів до успіху в галузі – від орієнтації на масовість до врахування екологічного, соціального та культурного впливу. Політика має прямо спрямовуватись на зменшення викидів, економне використання ресурсів, скорочення відходів, збереження біорізноманіття та захист природного середовища.

2) Сприяння впровадженню екологічно відповідальних практик у бізнесі. Необхідно заохочувати туристичні компанії до впровадження сталих моделей ведення діяльності, що базуються на ефективному використанні природних ресурсів та «зелених» інноваціях.

3) Підтримка місцевих ініціатив зі сталого управління туризмом. Важливо координувати дії на рівні туристичних DESTИНАЦІЙ для просування практик сталого розвитку, що забезпечують збалансоване використання природного та культурного потенціалу регіону.

Найефективніше заходи зі сталого розвитку туризму реалізуються безпосередньо на місцевому рівні – у містах, прибережних зонах, на невеликих островах та в сільських районах. До прикладів таких дій належать: ретельне планування використання земель та контроль за забудовою, особливо в екологічно чутливих районах; проведення локальних ініціатив щодо зменшення забруднення та сміття; впровадження енергоефективних технологій, систем ощадного водокористування та повторного використання ресурсів у готелях. Важливим аспектом є також просвітницька робота з туристами – підвищення їхньої поінформованості про екологічний вплив подорожей і заохочення до відповідальної поведінки [49].

## ВИСНОВКИ

У ході виконання кваліфікаційної роботи бакалавра було розглянуто основи вивчення туристсько-рекреаційних ресурсів. Встановлено, що ці ресурси охоплюють сукупність природних, історико-культурних та соціально-економічних об'єктів і явищ, які використовуються для розвитку туризму.

Виокремлено ключові підходи до їх дослідження – комплексний, системний, геоінформаційний та функціональний, що дозволяють забезпечити глибоке розуміння їх структури, просторового розміщення та потенціалу використання.

Проаналізовано туристсько-рекреаційні ресурси Італії, які вирізняються значною різноманітністю та високим рівнем концентрації. До природно-географічних ресурсів віднесено узбережжя, Альпи, численні озера, природні парки. Природно-антропогенні ресурси включають унікальні ландшафти, змінені людською діяльністю, наприклад виноградники Тоскани. Суспільно-історичні ресурси представлені об'єктами Світової спадщини ЮНЕСКО, архітектурними пам'ятками Риму, Венеції, Флоренції та інших міст. Інфраструктурна база країни є розвиненою й сприяє активному розвитку туризму.

Проаналізовано просторові та часові аспекти розвитку туризму в Італії. Встановлено, що туристичні потоки мають виражену сезонність із піковими значеннями в літній період, а також чітке просторове тяжіння до ключових туристичних центрів. Упродовж останніх десятиліть спостерігається стабільне зростання кількості іноземних туристів, що зумовлено як природно-кліматичними перевагами, так і багатим історико-культурним спадком країни.

Визначено низку проблем, що стримують подальший розвиток туризму в Італії, серед яких перенасичення окремих територій туристами (овертуризм), нерівномірний розвиток інфраструктури, екологічні

навантаження, а також наслідки глобальних криз (наприклад, пандемії). Перспективні напрями вдосконалення туристичної галузі включають діджиталізацію туризму, розвиток сталого туризму, диверсифікацію туристичних продуктів та розширення рекреаційних можливостей у менш відвідуваних регіонах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методи аналізу, термінологія, районування / О. О. Бейдик. – К.: Видавничо-полігр. центр «Київський університет», 2001. – Т. 17. – 395 с.
2. Божко Л. Д., Холодок В. Д. Туризм: проблеми та перспективи розвитку під час війни. *Культура України*. 2022. № 77. С. 60-62.
3. Бочан І. О. Технологія туристичної діяльності: підручник для студентів. Львів: ЛІЕТ, 2018. 420 с.
4. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 178 с.
5. Гарбар Г. А. Культурний туризм в контексті масової культури. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2021. № 56. С. 140-148.
6. Герасименко В. Г. та ін. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія. Одеса: Астропринт, 2019. 304 с.
7. Герасименко В. Г., Замкова А. В. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: навч. посібник. Харків: «Бурун Книга», 2018. 116 с
8. Герасименко В. Г. Теорія туризму як складова туризмології. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2020. № 2 (42). С. 173-180.
9. Гордін В. Е., Матецький М. В. Культурний туризм як стратегія розвитку міста: пошук компромісів між інтересами місцевого населення і туристів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://infotour.in.ua/gordin.htm>
10. Джинджоян В. В., Горожанкіна Н. А., Бойко З. В. Основи туризмознавства: навчальний посібник. Київ: Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 246 с.
11. Діденко Д., Білоусова А. Ю. Місце історико-культурних традицій у пізнавальному туризмі. 73-а наукова конференція, професорів, викладачів, наукових працівників, аспірантів та студентів університету: тези доп.

(Полтава, 21 квітня – 13 травня). Полтава: НУППіЮК, 2021. С. 6-8.

12. Діденко Д. С., Маховка В. М. Проблеми та перспективи підвищення туристичної привабливості. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Управління туристичною індустрією: методологія і практика», 1-2 жовтня 2020 р. Полтава: Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2020. С.24-26.

13. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» №1282-IV від 18.11.2003 / Відомості Верховної Ради України, 2004, № 13, ст. 180. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15#Text>

14. Закон України «Про туризм» зі змінами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80/print>

15. Значення та роль культурно-пізнавального туризму в організації туристичної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/27708/1/p529.pdf>

16. Квартальнов В. А. Туризм: підручник Київ: Фінанси та статистика, 2014. 336 с.

17. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2016. 300 с.

18. Комліченко О. О. Фактори розвитку туристичної галузі. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2019. № 8 (3). С. 75-79.

19. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг. Київ: Знання, 2017.350 с.

20. Кузик С. П. Географія туризму: Навчальний посібник. К.: Знання, 2018. 271с.

21. Кушнірук Ю. С. Рекреація та курортологія. Рівне: НУВГП, 2019.146с.

22. Любіцева О. О., Бабарицька В. К. Туризмознавство: вступ до

фаху: підручник. Київ: Знання, 2016. 240 с.

23. Любіцева О. О. Методика розробки турів: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: Альтерпрес, 2018. 300 с.

24. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Київ: Знання, 2017. 661 с.

25. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. Економіка туризму: теорія та практика: підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2017. 544 с.

26. Масляк П. О. Рекреаційна географія. / П. О. Масляк // Навчальний посібник. - К.: Знання, 2008. - 343 с.

27. Найкращі визначні пам'ятки Італії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.turpravda.ua/places/it/>

28. Немець К. А. Теорія і методологія географічної науки: методи просторового аналізу / Навчальний посібник // К. А. Немець, Л. М. Немець. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 170 с.

29. Офіційний сайт Світової спадщини ЮНЕСКО [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://whc.unesco.org/en/statesparties/it>

30. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 344 с.

31. Поколодна М.М. Рекреаційна географія: навчальний посібник / М. М. Поколодна. – Х.: ХНАМГ. 2012. – 275 с.

32. Сакаєва Л. Р., Базарова Л. В. Поняття «туризм» та «туристичний дискурс» у сучасній науковій парадигмі. Філологічні науки. Питання теорії та практики. 2020. № 6 (36): в 2-х ч. Ч. I. – С. 159-161.

33. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2018. 336 с.

34. Смаль І. В. Основи географії рекреації та туризму: навчальний посібник / І. В. Смаль. – Ніжин, 2004. – 264 с.

35. Соловійов Д. І. Вдосконалення понятійного апарату теоретичного забезпечення функціонування туристичної сфери. Вісник Бердянського

університету менеджменту і бізнесу. 2019. № 4 (16). С. 82-88.

36. Сущинська М. Д. Культурний туризм: навч. посібник для академічного бакалавріата. 2-е вид. Київ, 2017. 136 с.

37. Смірнов І. Г. Визначення рівня конкурентоспроможності країн світу в туризмі: сучасні підходи. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Науковий журнал. Серія: Економічні науки. 2018. С. 37-49.

38. Стафійчук В.І, Рекреалогія: навчальний посібник / В. І. Стафійчук. – К.: Альтерпрес, 2006. – 264 с.

39. Трілленберг Г. Інноваційно-кластерний підхід до розвитку туризму України в умовах глобалізації. Журнал європейської економіки, 2014. Т. 13. № 4 С. 401-414.

40. Топчієв О. Г. Основи суспільної географії: підручник для студ. географ. спеціальностей вищих навч. закладів / О. І. Топчієв. – Одеса: Астропринт, 2009. – 544 с.

41. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія / Н. В. Фоменко. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.

42. Цьохла С. Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії. Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. 2019. Т. 22 (61). № 2. С. 373-380.

43. Чекалюк В. В. Туризм як чинник формування державного іміджу. Інформаційне суспільство, 2014. Вип. 19. С. 13-16.

44. Шаблій О. І. Основи загальної суспільної географії: Підручник / О. І. Шаблій. – Львів.: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2003. – 444 с.

45. Conservare I beni culturali [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.paesecultura.it/conservare-i-beni-culturali/>

46. Cultural tourism in the EU macro-regions: Cultural Routes to increase the attractiveness of remote destinations [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://rm.coe.int/routes4u-manual-attractiveness-remote-destination-cultural-tourism/16809ef75a%0A%0A>

47. Cultural Tourism Market by Type, Category, and Geography – Forecast and Analysis 2021-2025. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.technavio.com/report/cultural-tourism-market-industry-analysis>
48. Globalgeografia. Italia. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://www.globalgeografia.com/italia/regioni\\_italia.htm](https://www.globalgeografia.com/italia/regioni_italia.htm)
49. Ministero Del Turismo Repubblica Italiana. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.ministeroturismo.gov.it/>
50. Statistiche del turismo - Statistics Explained - European Commission [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics)
51. World Economic Forum. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.weforum.org/>
52. World Tourism Organization UNWTO. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.unwto.org/>
53. World Heritage Convention Italy [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://whc.unesco.org/en/statesparties/it>