

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

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
«_____» _____ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВР

на тему:

**ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА СТАН
ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ**

Виконавець: студентка 413 групи Ногачевська Ольга Любомирівна

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та країнознавства Фокін Сергій Павлович

Нормоконтролер: _____
(підпис)

Борисюк Оксана Анатоліївна
(П.І.Б.)

КИЇВ-2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.

«_____» _____ 2021 р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Ногачевської Ольги Любомирівни
(прізвище, ім'я, по батькові в родинному відмінку)

Тема дипломної роботи: «Вплив пандемії COVID-19 на стан туризму в Італії»
затверджена наказом ректора № 688/ст. від 29.04.2021 р.

2. Термін виконання роботи: «17» травня 2021 р. по «20» червня 2021 р.

3. Вихідні дані до роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених, які досліджували вплив геополітичної ситуації на розвиток туристичної індустрії, матеріалів періодичних видань, статистичних даних, інформаційних ресурсів туристичних організацій Італії та джерел мережі Інтернет.

4. Зміст дипломної роботи:

РОЗДІЛ 1. Вплив COVID-19 на світову індустрію туризму.

РОЗДІЛ 2. Туризм в Італії до пандемії коронавірусу.

РОЗДІЛ 3. COVID-19 і сектор туризму в Італії.

ВИСНОВКИ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: Рис.1.1. Надходження від міжнародного туризму в світі, млрд. дол. США, Рис.1.2. Малі острівні країни, що розвиваються, доходи від міжнародного туризму, частка в загальному об'ємі експорту (%), Рис.1.3. Зайнятість в найбільш постраждалих секторах економіки, Рис. 2.1. Туристичне районування Італії, Рис.2.2. Частка регіонів Італії від загальної кількості витрат туристів у 2018 р., Рис.3.1. Доходи від міжнародного туризму в Італії у 2007-2020 рр., млн. дол. США, Рис.3.2. Загальний вклад сфери туризму у ВВП Італії в 2007-2020 рр., %.

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	29.04.- 02.05. 2021 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	03.05-07.05 2021 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації, які досліджують вплив COVID-19 на розвиток туризму. Написати перший розділ	08.05-10.05 2021 р.	Виконано
4.	Провести дослідження стану туризму в Італії до пандемії коронавірусу. Написати другий розділ роботи.	11.05-15.05 2021 р.	Виконано
5.	Дослідити вплив COVID-19 на туристичну галузь Італії. Написати третій розділ роботи.	16.05-22.05 2021 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки.	23.05-28.06 2021 р.	Виконано
7.	Підготувати реферат.	29.05-01.06 2021 р.	Виконано
8.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	02.06-06.06 2021 р.	Виконано

9.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	02.06 -06.06. 2021 р.	Виконано
10.	Захист дипломної роботи.	14.06.2021 р.	

7. Дата видачі завдання: «29» квітня 2021 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Фокін С.П.
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Ногачевська О.Л.
(підпис випускника) ПІБ

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Вплив пандемії COVID-19 на стан туризму в Італії»: 64 сторінки пояснювальної записки, 7 рисунків, 48 використаних джерела.

Об'єкт дослідження – світові тенденції розвитку туризму у період пандемії COVID-19.

Предмет дослідження – розвиток туризму в Італії у період пандемії коронавірусу.

Мета роботи – аналіз ситуації на ринку індустрії туризму в Італії та вивченні кризових явищ, спричинених COVID-19.

Методи дослідження – порівняльно-географічний, історичний, дедукції, метод аналізу та синтезу, методи економічного і статистичного аналізу, системний підхід, картографічний, експертної оцінки, статистичний аналіз показників діяльності підприємства та прогнозування.

Інформаційна база дослідження. Робота виконана на основі аналізу теоретичних матеріалів, літературних та інтернет-джерел.

Питання розвитку туристичної індустрії не нове і досліджене багатьма вченими, науковцями та дослідниками. Але зміни у світовій економіці, викликані пандемією, породжують потребу у проведенні якісно нових досліджень у туристичній галузі.

Президент Американської асоціації подорожей та дослідник туризму Роджер Доу, зазначає, що деякі напрямки туристичної сфери в світі виявляться в кризовій ситуації. В першу чергу, мова йде про онлайн бронювання. Вже зараз від цього багато компаній зазнають збитків. Ударить коронавірус й по круїзних компаніях.

Наукова новизна роботи. Наведено основні тенденції розвитку індустрії туризму в Італії на сучасному етапі розвитку країни, здійснено туристичне районування країни, розкрито вплив пандемії коронавірусу на різні галузі туризму країни.

Практичне значення отриманих результатів: отримані результати можуть бути використані при розробці спецкурсів для студентів спеціальності «Туризм», зокрема: «COVID-19 і туризм» та ін., а також для розробки програм розвитку туризму в Україні в умовах пандемії коронавірусу.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ВПЛИВ COVID-19 НА СВІТОВУ ІНДУСТРІЮ ТУРИЗМУ	11
1.2. Вплив коронавірусу на економіку країн світу	11
4	
1.3. Політика країн світу зі стимулювання індустрії туризму під час пандемії.....	24
РОЗДІЛ 2. ТУРИЗМ В ІТАЛІЇ ДО ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ	29
2.1. Туристичне районування Італії.....	29
2.2. Стан туризму в Італії у 2018-2019 рр.	34
2.3. Особливості туристичної дипломатії Італії на початку XXI ст.	38
РОЗДІЛ 3. COVID-19 І СЕКТОР ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ	43
3.1. Вплив COVID-19 на індустрію туризму в Італії.....	43
3.2. Стратегія розвитку туризму в Італії під час пандемії.....	50
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59

ВСТУП

Актуальність теми. Через пандемію коронавірусу світова туристична галузь за підсумками 2020 року могла недорахуватися 2,1 трлн. дол. прибутків. Такі дані дослідження публікувала Світова рада з подорожей та туризму (WTTC). Через коронавірус, обмеження на пересування та карантин під загрозою перебуває 75 мільйонів робочих місць у всьому світі. Найбільше – 48,7 мільйона робочих місць – в Азійсько-Тихоокеанському регіоні. По 10 мільйонів робочих місць може зникнути у Європі та Америці.

Сектор туризму та подорожей відповідає за близько 10,4 % світового ВВП та більш як 12 % ВВП Італії. Під час коронавірусної пандемії саме туристична галузь Італії постраждала найбільше, зокрема через обмежувальні заходи, які запроваджувалися державою на пересування громадян, карантин, заборону авіаперевезень тощо.

Якщо найближчим часом владі Італії не вжити термінових заходів, сектор подорожей та туризму країни зіштовхнеться з економічним крахом, з якого буде складно вийти, а мільйони людей, що працюють у туризмі, «потонуть» у боргах. Тому, наразі, існує потреба у розробці шляхів виходу Італії з кризи, спричиненої пандемією COVID-19. Зважаючи на вказане, дане питання є актуальним та потребує пошуково-аналітичних та практичних розробок.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є аналіз ситуації на ринку індустрії туризму в Італії та вивченні кризових явищ, спричинених COVID-19. Для досягнення мети були поставлені наступні **завдання**:

1. проаналізувати вплив коронавірусу на економіку країн світу;
2. здійснити аналіз безпрецедентних економічних наслідків для туристичної галузі світу через COVID-19;
3. намітити ключові аспекти політики країн світу зі стимулювання індустрії туризму під час пандемії;
4. дослідити туристичне районування Італії;
5. здійснити аналіз стану туризму в Італії у 2018-2019 рр.;

6. намітити особливості туристичної дипломатії Італії на початку XXI ст.;
7. проаналізувати вплив COVID-19 на індустрію туризму в Італії;
8. дослідити стратегію розвитку туризму в Італії під час пандемії.

Об'єктом дослідження є світові тенденції розвитку туризму у період пандемії COVID-19.

Предметом дослідження є розвиток туризму в Італії у період пандемії коронавірусу.

Інформаційна база дослідження. Робота виконана на основі аналізу теоретичних матеріалів, літературних та інтернет-джерел.

Питання розвитку туристичної індустрії не нове і досліджене багатьма вченими, науковцями та дослідниками. Але зміни у світовій економіці, викликані пандемією, породжують потребу у проведенні якісно нових досліджень у туристичній галузі.

Зважаючи на проведений аналіз інформації, викладеної в літературних джерелах та мережі інтернет, серед дослідників сфери туризму слід виокремити праці експерта з розвитку туризму А. Романової, яка вважає, що «зараз настав час зрозуміти, що туристична індустрія генерує 10,4 % світового валового продукту та забезпечує роботою кожного десятого мешканця планети.

Президент Американської асоціації подорожей та дослідник туризму Роджер Доу, зазначає, що деякі напрямки туристичної сфери в світі виявляться в кризовій ситуації. В першу чергу, мова йде про онлайн бронювання. Вже зараз від цього багато компаній зазнають збитків. Ударить коронавірус й по круїзних компаніях.

У процесі написання роботи використано наступні **методи**: порівняльно-географічний, історичний, дедукції, метод аналізу та синтезу, методи економічного і статистичного аналізу, системний підхід, картографічний, експертної оцінки, статистичний аналіз показників діяльності підприємства та прогнозування.

Наукова новизна отриманих результатів. Під час написання дипломної роботи було проаналізовано теоретичні основи дослідження впливу пандемії коронавірусу на світову економіку, на основі яких було виділено аспекти впливу COVID-19 на розвиток туризму.

Виділено сучасні тенденції розвитку індустрії туризму в Італії, здійснено туристичне районування країни та досліджено, який вплив має COVID-19 на розвиток галузей туризму Італії.

На основі статистичних даних та теоретичних аксіом було оцінено вплив COVID-19 на індустрію туризму Італії та визначено перспективи розвитку туризму в країні після закінчення пандемії коронавірусу.

Практичне значення отриманих результатів. У ході виконання роботи було виявлено стан існуючої ситуації в світі в період пандемії коронавірусу та її вплив на розвиток туризму в регіонах світу на основі статистичних даних.

Досліджено стан туризму в Італії на сучасному етапі розвитку: виділено ключові проблеми та перспективи розвитку туризму в країні. Було проаналізовано вплив COVID-19 на розвиток співробітництва в сфері туризму між Італією та іншими світовими державами та виділено перспективи у сфері туристичної співпраці в умовах пандемії.

Результати дослідження дипломної роботи можуть бути корисними при розробці спецкурсів для студентів спеціальності «Туризм», зокрема: «COVID-19 і туризм» та ін., а також для розробки програм розвитку туризму в Україні в умовах пандемії коронавірусу.

Структура та обсяг роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 64 сторінки друкованого тексту. Робота ілюстрована 7 рисунками. Список використаних джерел включає 48 позицій.

РОЗДІЛ 1. ВПЛИВ COVID-19 НА СВІТОВУ ІНДУСТРІЮ ТУРИЗМУ

1.2. Вплив коронавірусу на економіку країн світу

На квітень 2020 року економічні наслідки коронавірусу в світі склали не менше 5 трильйонів доларів, такі розрахунки надала компанія Bloomberg. В останній раз подібні масштабні наслідки пандемії ми спостерігали в XIV столітті під час епідемії чуми, коли жителі Європи зіткнулися з нестачею робочих рук і підвищенням податків. Навіть знаменита «іспанка» не зробила такого впливу на економіку.

Варто зазначити, що обмеження на переміщення, соціальне дистанціювання та карантинні заходи, покликані зменшити поширення вірусу, звичайно, впливають на економіку, але не є ключовими проблемами. Набагато більший вплив на економіку надають збільшення термінів доставки вантажів і нові особливості митного декларування.

За даними аналітиків KPMG, однієї з найбільших в світі аудиторських компаній, всі наслідки COVID-19 можна розділити на короткострокові, які почали проявлятися з першого дня пандемії, і на довгострокові, які будуть переслідувати світову економіку багато років.

Багато країн з початком пандемії обмежили експорт медикаментів і засобів захисту, щоб наситити ними внутрішній ринок. Це обмеження, з яким зіткнулися багато країн вже в перші дні епідемії коронавірусу. При цьому деякі юрисдикції, навпаки, скасували мито і перевірки для прискорення імпорту всього необхідного в свої країни [1].

Для компаній, які займаються логістикою і транспортом, а також імпортують продукцію або комплектуючі, затримки в транспортуванні створюють логістичні проблеми, призводять до затримок збуту і нестачі складських потужностей. Багатьом компаніями довелося серйозно переглядати свої ланцюжка поставок.

Експерти KPMG відзначають, що споживчий попит на «несуттєві» товари сильно скоротився, що знизило економічну активність в деяких секторах. В умовах

кризи, населення віддає перевагу медичним товарам і предметам першої необхідності, а лише потім планує інші покупки.

Істотні зміни відбуваються і в прогнозуванні бізнес-стратегій, багато серйозних планів приватним і державним компаніями довелося оперативно переглядати. Це призвело до зниження прибутку і зростання цін.

У міру того, як світ почне приходити до тями після кризи, KPMG передбачає розвиток наступних тенденцій:

1. Посилення політики, спрямованої на ліцензування медичної продукції.
2. Багато країн почнуть переглядати підхід до внутрішнього виробництва, тому слоган «купуй місцеві товари» може стати справедливим і для Європи.
3. В майбутньому істотно зростуть ризики управління ланцюжком створення вартості. Багато компаній будуть намагатися розширити базу постачальників і зменшити залежність від китайських поставок. А також буде збільшений контроль транспортних і логістичних ризиків у компаніях.
4. Підвищуватиметься пріоритет гнучкої системи складів [2].

Компанія з управління ризиками Sofase провела аналіз економіки провідних європейських країн в умовах коронавірусу. У розрізі країн цифри досить різні. Так, постраждала більше інших італійська економіка, яка зменшилася на 18,5 %, португальська – на 14,1%, французька – 13,1 %. Для французької економіки це падіння стало найістотнішим з часів Другої світової війни.

Цікаво, що ВВП деяких східно-європейських країн і країн Балтії впав в рази менше: Литві – на 5,1 %, Латвії – на 7,5 %, Чехії – на 8,4 %.

Варто відзначити, що найбільш постраждали від початку пандемії коронавірусу такі галузі:

1. сфера гостинності (туризм, готелі, ресторани);
2. зовнішня торгівля;
3. транспорт і логістика;
4. офлайн-сервіси та розваги (фітнес, спорт, кінотеатри, театри, перукарні).
5. реальний сектор.

Сектора економіки, які в 2020 році через кризу показали істотне зростання:

1. e-commerce (особливо, доставка їжі);
2. онлайн-розваги (наприклад, YouTube або стримінгові сервіси);
3. виробництво і продаж медичних товарів;
4. дистанційна медицина (MedTech);
5. доставка продуктів харчування.

Економіка в умовах пандемії вимагає втручання держави. Компанія з управління інвестиціями Colliers збила інформацію про те, як різні країни підтримують економіку під час пандемії. Серед країн, які докладають максимальних зусиль щодо підтримки економіки та населення під час пандемії, варто виділити Данію, Норвегію, Швецію, Великобританію, Нідерланди та Німеччину.

Менше всіх вкладають в заходи підтримки економіки Росія, Польща, Угорщина і Саудівська Аравія. У центрі списку з підтримки економіки багато країн.

Згідно з дослідженнями Світового банку, активність в Європі і Центральній Азії скоротиться у наступному році на 4,7 %. Падіння економіки в період коронавірусу будуть порівнювати з попередньою світовою економічною кризою, яка відбулася у 2008 році [1].

Заходи соціального дистанціювання і ізоляція сильно позначилися на внутрішньому попиті. Найбільш явно цей ефект проявляється в таких сферах економіки як туризм, грошові перекази, сировинні товари. За прогнозом Світового банку, в 2021 році темпи зростання відновляться на 3,6 %. Але даний прогноз буде справедливий в ситуації, якщо стабілізується епідеміологічна ситуація.

За прогнозом Міжнародного валютного фонду світове ВВП в 2021 році може скоротитися на 4,9 %. Але вже на 2022 рік закладено зростання економіки на 5,4 %. При цьому в порівнянні прогнози Світового банку більш консервативні. За його розрахунками, якщо трапиться великий спалах коронавірусу, ВВП може впасти на 7,6 %. Разом з цим суттєво зросте рівень безробіття [3].

Пандемія в 2020 році стала для приватного бізнесу справжньою перевіркою на міцність. Багатьом компаніям довелося зробити розворот на 180 % буквально за

один день [1]. В ситуації кризи важливо не втратити час і можливості, а щоб це зробити необхідно подивитися на свій бізнес з точки зору наступних факторів:

1. стратегія (чи варто продовжувати слідувати їй в кризу);
2. фінанси (чи є у компанії резерви і на який час);
3. персонал (як утримати співробітників і як оптимізувати штат).

Отож, обмеження на переміщення, соціальне дистанціювання та карантинні заходи, покликані зменшити поширення вірусу, звичайно, впливають на економіку, але не є ключовими проблемами. Набагато більший вплив на економіку надають збільшення термінів доставки вантажів і нові особливості митного декларування.

Наслідки COVID-19 можна розділити на короткострокові, які почали проявлятися з першого дня пандемії, і на довгострокові, які будуть переслідувати світову економіку багато років.

1.2. Туризм і COVID-19 – безпрецедентні економічні наслідки для світу

У 2019 число міжнародних туристів досягло 1,5 мільярда людей, що на 4 % більше, ніж у 2018 році, – рекордний показник за десятирічний період, протягом якого темпи зростання туризму були швидшими, ніж світової економіки в цілому.

Ще 8,8 мільярда чоловік доводилось на внутрішній туризм. Цей сектор забезпечив експорт в розмірі 1,5 трлн. дол. США, і в ньому прямо або побічно був зайнятий кожен десятий житель планети.

Проте, в середині березня 2020 року туризм зупинився. У перші місяці року число міжнародних туристів скоротилася на 56 %, а в травні – на 98 %. Це призвело до втрати майже 320 млрд. дол. США у вигляді експорту, що більш ніж втричі перевищує втрати за весь період глобальної економічної кризи 2009 року [6].

Перспективні сценарії вказували на можливе скорочення числа туристів і надходжень від міжнародного туризму на 58-78 % протягом усього 2020 року залежно від темпів поширення пандемії, тривалості дії обмежень на поїздки і процесу поступового відкриття кордонів, який вже почався, але подальший розвиток якого залишається невизначеним.

Такий серйозний удар призвів до скорочення числа міжнародних туристів на 850 мільйонів – 1,1 мільярда чоловік і втрати від 910 млрд дол. США до 1,2 трлн. дол. США у вигляді експортних надходжень від туризму (рис. 1.1.), що поставило під загрозу безпосередньо в секторі туризму від 100 до 120 мільйонів робочих місць.

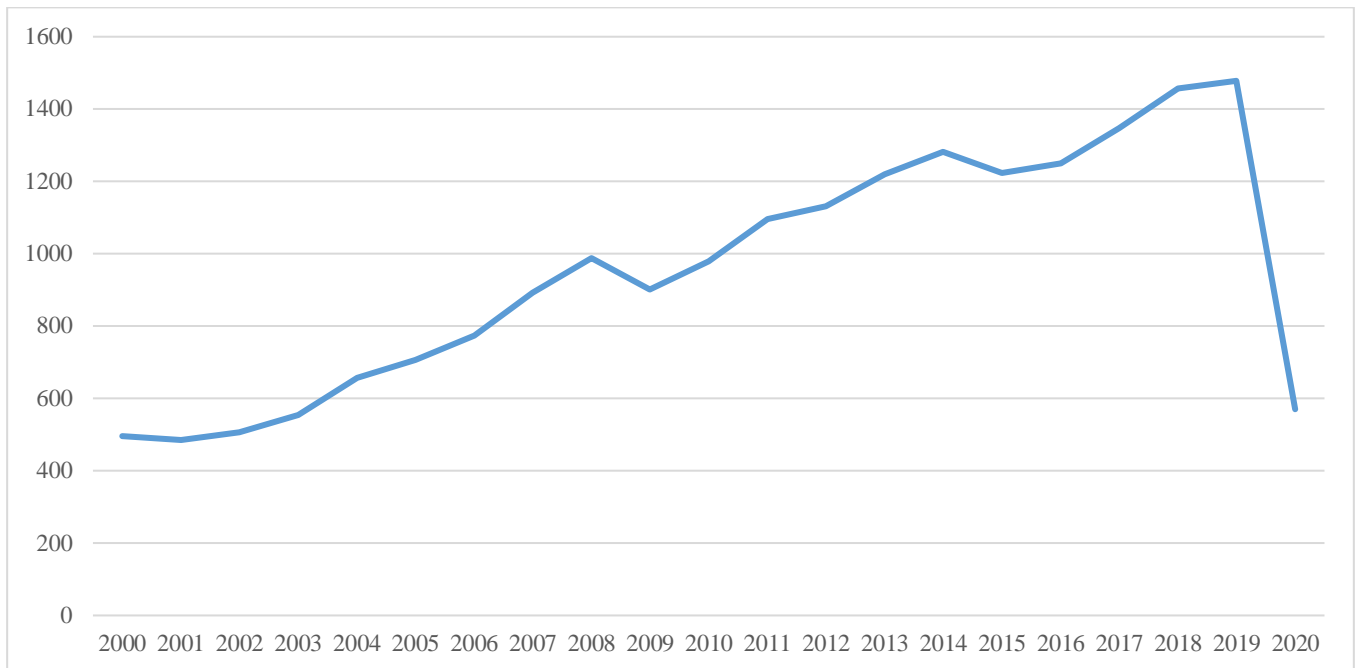


Рис.1.1. Надходження від міжнародного туризму в світі, млрд. дол. США

Джерело: побудовано автором за даними [3]

Попереду ще багато проблем, включаючи невідому динаміку розвитку пандемії і то, як відновиться довіра споживачів. Згідно з даними Міжнародного валютного фонду, обсяг світової економіки в 2020 році різко скоротився – на 4,9 %, хоча очікується, що в 2021 році прогноз покращиться [7].

Хоча країни і міжнародні організації здійснили ряд заходів з метою пом'якшення соціально-економічних наслідків COVID-19 і стимулювання відновлення туризму, масштаби кризи вимагають додаткових зусиль і постійної підтримки.

В силу постачальницьких зв'язків туризму зі сферою товарів і послуг і потужного мультиплікаційного ефекту криза ставить під загрозу сталий розвиток як в розвинених, так і в країнах, що розвиваються.

За оціночними даними, шокове потрясіння в сфері туризму призвело до скорочення загальносвітового ВВП на 1,17 трлн. дол. США, або 1,5 %. В силу взаємозв'язку в ланцюжку поставок негативний вплив COVID-19 на економіку негативно виразився в триразовій втраті надходжень від туризму. Показники безробіття в деяких країнах збільшилися більш ніж на 20 %.

Розвиток туризму сприяє інвестиціям і відкритості для товарної торгівлі, оскільки туризм і пов'язані з ним сектори вимагають широкого спектру товарів і послуг, багато з яких країни з невеликою економікою не в змозі виробляти. Тільки в МОСРГ дані про оголошені прямі іноземні інвестиції (ПІІ) в нові проекти за 2015-2019 роки показують, що на проекти в області подорожей, туризму та готельного бізнесу припадало більше половини всіх нових інвестицій, у порівнянні з 16 % за попередній п'ятирічний період.

Очікується, що криза COVID-19 призведе до різкого зменшення обсягу ПІІ в 2021 році. В 2020 році глобальні потоки ПІІ істотно скоротилися в порівнянні з 1,54 трлн. дол. США в 2020 році, скорочення склало до 40 %. У 2021 році прогнозується скорочення потоків ПІІ ще на 5-10 %. Згідно з останніми даними Доповіді за світовими інвестиціям, що стосується ПІІ в нові підприємства, проекти в області подорожей, туризму та готельного бізнесу, безпосередньо порушені режимом ізоляції, відносяться до числа найбільш серйозно постраждалих, і це особливо стосується готельних підприємств і сектора громадського харчування (94 %).

Зв'язаність, що забезпечується повітряним, наземним і морським транспортом, становить основу туризму. До кризи приблизно 58 % з 1,5 мільярда туристів, які щорічно перетинали кордон, подорожували повітряним транспортом, а наземним транспортом користувалися 39 % подорожуючих [2].

Завдяки повітряному сполученню в секторі туризму було створено майже 37 мільйонів робочих місць і забезпечено надходження порядку 897 млрд. дол. США на рік у світовий ВВП.

Однак пандемія привела до безпрецедентних обмеженням на переміщення людей і товарів по світу, в силу чого багато країн і регіонів виявилися в ізоляції. В результаті авіаційна промисловість зіткнулася з глибокою кризою в своїй історії.

За останніми оцінками ІКАО, в 2020 році авіакомпанії втратили від 324 до 387 млрд. дол. США своїх валових операційних доходів. З огляду на те, що близько 90 % всього авіаційного парку вимушено знаходиться на землі, а попит у другому кварталі 2020 року практично дорівнював нулю, це вже перевищувало масштаби кризи, що спостерігалася через спалах важкого гострого респіраторного синдрому (ТОРС) в 2003 році і подій 11 вересня 2001 року [8].

Як і в секторі туризму, наслідки для авіації залежать від тривалості і масштабів спалаху і вжитих заходів по стримуванню, рівня довіри споживачів і економічних умов, причому довгострокові наслідки ще не цілком очевидні.

Вплив COVID-19 на морські перевезення пасажирів також був колосальним в 2020 році, особливо в зв'язку з тим, що деякі країни радили не подорожувати на кораблях, а великі круїзні компанії призупинили свою роботу. Круїзне судноплавство є однією з ключових галузей туризму і вносить значний вклад в економіку країн, куди направляються туристи. За даними Міжнародної асоціації круїзних ліній (Маклая), круїзний туризм, обслуговуючий 28,5 мільйона пасажирів, приніс в 2018 році близько 150 млрд. дол. США в загальний обсяг виробництва товарів і послуг в рамках всієї світової економіки і забезпечив більше 1 мільйона робочих місць.

Поряд з наслідками для робочих місць, станом на початок серпня 2020 р. близько 5000 моряків все ще перебували на борту круїзних суден в очікуванні репатріації, тривалої в результаті закриття портів, а також недостатньої координації та підтримки між країнами.

Пандемія серйозно позначилася на туризмі як в розвинених, так і в країнах, що розвиваються. Однак негативний вплив на людей найпомітніше проявляється в останніх.

Частка туризму у ВВП країн групи двадцяти (G-20) становить 3 %, на нього приходиться 6 % від загального обсягу експорту і 6 % зайнятості в країнах G-20. Лише за перші п'ять місяців 2020-го країни G-20 втратили 55 % міжнародного туристичного потоку.

Найменш розвинуті країни і малі острівні держави, що розвиваються постраждали ще більш серйозно в силу частки туризму в їх економіці з точки зору як ВВП, так і експорту, а також в силу їх залежності від сектора в плані зайнятості та рівня їх підготовленості [6].

В останні роки туризм для НРС перетворився в швидкозростаючий експортний сектор, на який припадає 7 відсотків експорту товарів і послуг (10 відсотків в НРС, які не експортують нафту) 22. У період з 2000 по 2019 рік кількість міжнародних туристів, що прямують в НРС, зросла на 9,7 відсотка, а в усьому світі - на 4,8 відсотка.

Хоча роль туризму в розвитку в різних країнах неоднакова, цей сектор зіграв важливу роль в тому, що Кабо-Верде, Мальдівські острови і Самоа були виключені зі списку найменш розвинутих країн. Точно так само, як туризм є динамічним сектором для Африки, де туристський експорт в 2019 році склав 10 % від всього експорту в порівнянні з 5 % в середині 80-х років.

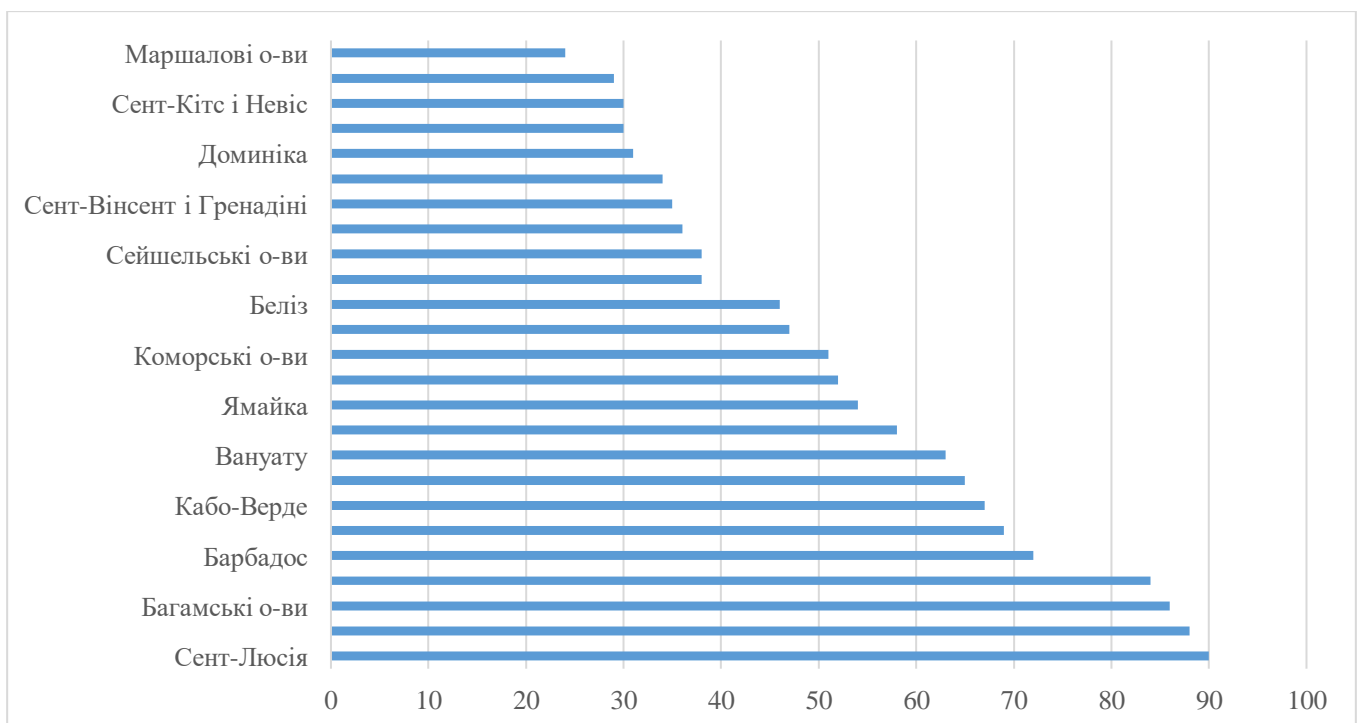


Рис.1.2. Малі острівні країни, що розвиваються, доходи від міжнародного туризму, частка в загальному об'ємі експорту (%)

Джерело: побудовано автором за даними [5]

У малих острівних державах, що розвиваються, роль туризму в економіці ще більш значна. На цей сектор припадає понад 30 % від загального обсягу експорту в більшості малих острівних країн, що розвиваються, а в деяких з них – до 80 % (рис. 1.2). COVID-19 є ще одним нагадуванням про те, наскільки малі острівні країни, що розвиваються уразливі до глобальних потрясінь [9].

Жінки, на частку яких припадає 54 % робочої сили, зайнятої в секторі туризму (рис. 1.3), молодь і трудящі-мігранти, які мають обмежений доступ або не мають доступу до системи соціального захисту, відносяться до числа найбільш уразливих груп в плані впливу COVID-19 на туризм. Вони також частіше виявляються суб'єктами неформальної або випадкової зайнятості.

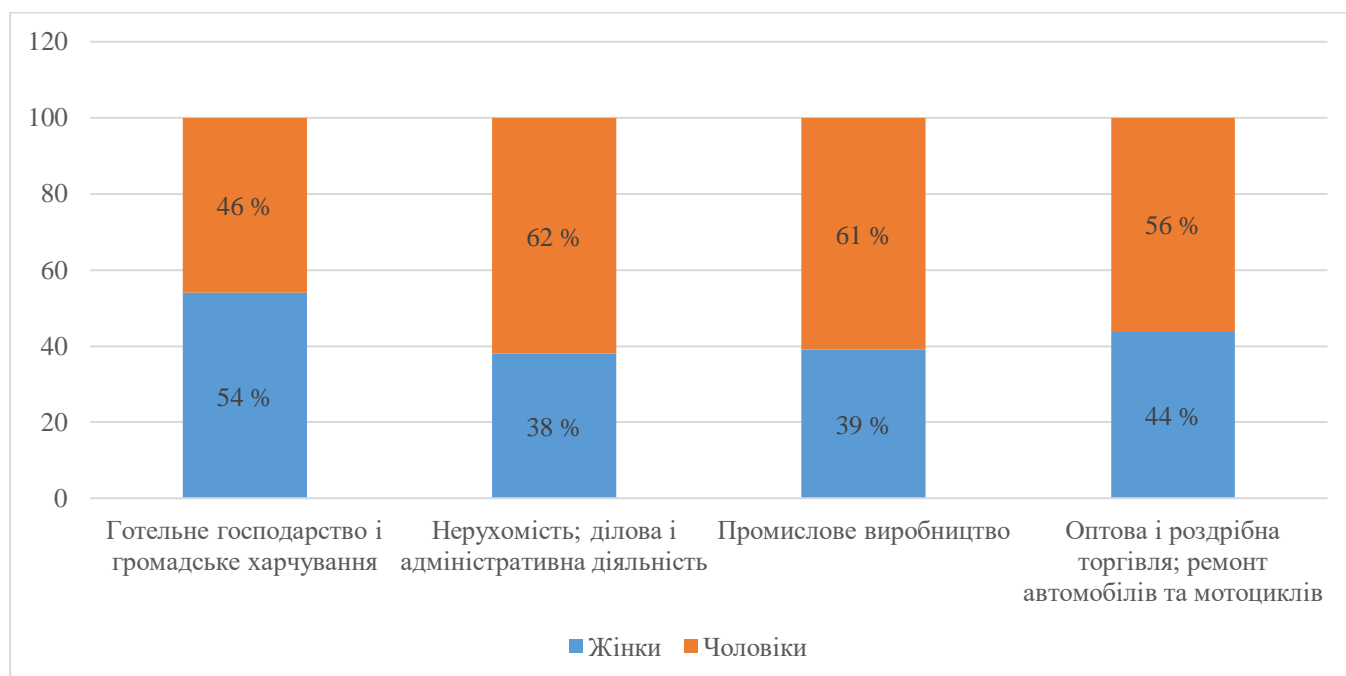


Рис.1.3. Зайнятість в найбільш постраждалих секторах економіки

Джерело: побудовано автором за даними [5]

Нові дані про наслідки COVID-19 показують, що в області економіки і виробництва жінки постраждають значно більше і інакше, ніж чоловіки.

У всьому світі жінки менше заробляють і відкладають менше заощаджень, а також займаються менш безпечною роботою. Таким чином, в силу того, що жінки мають гірший доступ до системи соціального захисту і несуть відповідальність за

більшість неповних домогосподарств, їх здатність витримувати економічні потрясіння обмежена в більшій мірі, ніж у чоловіків.

Жінки становлять більшу частину робочої сили в низькооплачуваній частині сектору туризму. Ці проблеми посилюються високою поширеністю неформального характеру праці в цьому секторі, частково через його сезонність в поєднанні зі слабким регулюванням, правозастосуванням та організацією праці.

Викликає занепокоєння вплив кризи в туристичному секторі на молодь. В окремих розвинутих європейських країнах на частку молодих людей (15-24 років) припадає майже 21 % зайнятих у сфері туризму, тоді як їх частка у економіці в цілому становить 9 %. На момент початку кризи в цілому 178 мільйонів молодих працівників – більш ніж 40 % працевлаштованих молодих людей у всьому світі – працювали в сильно постраждалих секторах, включаючи туризм. У неформальному секторі було зайнято майже 77 % (328 мільйонів) молодих працівників у порівнянні з приблизно 60 % дорослих працівників (у віці 25 років і старше).

За оцінками Міжнародної організації праці (МОП), майже 1,6 мільярда з 2 мільярдів чоловік, зайнятих в неформальному секторі, в значній мірі страждають від заходів ізоляції та/або від того, що працюють в найбільш постраждалих секторах, включаючи туризм. Відсутність адекватних умов для гідної праці, в тому числі занадто довгий робочий день, низька заробітна плата, відсутність соціального захисту та дискримінація за ознакою статі, найбільш помітно проявляються в неформальному секторі.

В силу цього пакети заходів стимулювання і заходів з надання допомоги повинні забезпечувати особам, зайнятим в неформальному секторі, зокрема трудящим жінкам, право на отримання допомоги та заходів підтримки, щоб вони не опинилися в несприятливому становищі.

Туристський сектор чинить серйозний вплив на клімат і навколишнє середовище, оскільки вимагає великої витрати енергії і палива і створює навантаження на системи земельних ресурсів. Зростання туризму в останні роки поставило під загрозу досягнення цільових показників, встановлених в Паризькій

угоді. За оцінками, викиди парникових газів, пов'язані з транспортним обслуговуванням туризму, складають 5 % від усіх антропогенних викидів.

Поряд з тим, що сектор туризму істотно впливає на екологічну стійкість і сприяє глобальним викидам парникових газів, він також є важливим джерелом фінансових надходжень, які витрачають на збереження біорізноманіття. У доповіді з питань «зеленої» економіки особливо підкреслюється величезний потенціал сектора в справі збереження біорізноманіття [7]. Сім відсотків світового туризму припадає на туризм, пов'язаний з дикою природою, причому цей сегмент щорічно збільшується приблизно на 3 %. В цілому 14 країн Африки отримують прибуток в розмірі близько 142 млн. дол. США у вигляді зборів за доступ на охоронювані природні території.

COVID-19 і обумовлене ним закриття охоронюваних природних територій надали руйнівний вплив на дику природу і громади, що забезпечують її охорону. У деяких охоронюваних парках і зонах останнім часом вже спостерігається зростання числа випадків браконьєрства і розграбування, що частково пояснюється зменшенням присутності туристів і співробітників. Наприклад, в кенійському заповіднику «Мара-Набіско» доходи від туризму, які забезпечували заробітну плату 40 єгерів, перестали надходити, а закриття місцевих підприємств, пов'язаних з туризмом, призвело до того, що роботи і засобів до існування позбулися понад 600 сімей масаї.

За даними організації «Консервейшн інтернешнл», криза призвела до зростання споживання в Африці м'яса диких тварин і посилення вирубки лісів в Азії, Африці і Латинській Америці. Управління дикої природи Уганди повідомило про двократне збільшення числа випадків браконьєрства в період з лютого по травень 2020 року в порівнянні з 2019 роком, а за інформацією Товариства охорони дикої природи, в Камбоджі на початку квітня після обвалу туристського попиту були вбиті заради м'яса три гігантських ібіса, а цей вид знаходиться на межі зникнення. Якщо природо-охоронна діяльність не буде відновлена, нинішня криза в області біорізноманіття може ще більше погіршитися.

Наслідки для морських і сухопутних ресурсів держав особливо актуальні для малих острівних держав, що розвиваються, найменш розвинутих країн і африканських країн. Саме дика природа найбільше приваблює тих, хто подорожує в Африці: щорічно понад 80 % туристів прибувають на континент, щоб поспостерігати за дикою природою або взяти участь в заходах, пов'язаних з природою. Охоронювані території та інші природоохоронні зони служать важливим джерелом дикої природи та інших ресурсів біологічного різноманіття і формують «ядро» природного туризму континенту.

На Сейшельських Островах, де туризм забезпечує близько 40 % усього експорту, природоохоронні організації стикаються з величезними втратами доходів і ризиком закриття. У Кенії 70 % бюджету Кенійської служби дикої природи фінансується за рахунок туризму. Без цього фінансування робота в національних парках опиниться під загрозою. У Зімбабве оперативний бюджет аналогічної служби «Зімпаркс» (Zimparks) повністю формується за рахунок надходжень від туризму. Міжнародний союз охорони природи (МСОП) наголошує, що зменшення доходів від туризму і скорочення оперативних бюджетів парків представляють особливі проблеми для приватних охоронюваних територій і громадських природоохоронних зон.

Наслідки COVID-19 для туризму створюють додаткове навантаження в плані збереження культурної спадщини та додатковий вплив на культурно-соціальну структуру громад, особливо корінних народів і етнічних груп. Наприклад, закриття ринків ремісничих виробів, продукції та інших товарів особливо позначилося на доходах жінок-представниць корінних народів [10]. Були припинені або відкладені також багато звичних заходів, пов'язаних з нематеріальною культурною спадщиною, такі як традиційні фестивалі і збори, що мало серйозні наслідки для соціального і культурного життя людей в усьому світі. Особливо сильно постраждали ті, хто займається виконавським мистецтвом і традиційними ремеслами, в тому числі представники місцевого та корінного населення, які в основному працюють в неформальному секторі.

Об'єкти всесвітньої культурної спадщини та музеї також сильно залежать від доходів, принесених туризмом, з точки зору проведення вкрай важливої роботи з моніторингу, консервації та археологічної діяльності. Скорочення числа відвідувачів безпосередньо позначилося на відповідних оперативних бюджетах.

90 % країн в умовах пандемії закрили свої об'єкти всесвітньої спадщини, що мало величезні соціально-економічні наслідки для громад, що залежать від доходів сектора туризму [8].

Також в період кризи закрилися 90 % музеїв, а 13 %, можливо, вже ніколи не відкриваються знову. Мережа європейських музейних організацій оцінює втрати доходів музеїв, розташованих в туристичних регіонах Європи, на рівні 75-80 %. У міру того як об'єкти всесвітньої спадщини і культурні установи поступово відновлюють свою роботу відповідно до нових протоколів охорони здоров'я і безпеки, багато з них відчують значний спад в кількості відвідувачів. Це може мати довгострокові управлінські наслідки до тих пір, поки кількість відвідувачів не збільшиться в достатній мірі.

До кризи, обумовленої COVID-19, загальносвітовий дохід культурної і творчої галузей становив 2250 млрд. дол. США на рік, а експорт – понад 250 млрд. дол. США.

Отже, пандемія серйозно позначилася на туризмі як в розвинених, так і в країнах, що розвиваються. Однак негативний вплив на людей найпомітніше проявляється в останніх.

Частка туризму у ВВП країн групи двадцяти (G-20) становить 3 %, на нього приходить 6 % від загального обсягу експорту і 6 % зайнятості в країнах G-20. Лише за перші п'ять місяців 2020-го країни G-20 втратили 55 % міжнародного туристичного потоку. Найменш розвинуті країни і малі острівні держави, що розвиваються постраждали ще більш серйозно в силу частки туризму в їх економіці з точки зору як ВВП, так і експорту, а також в силу їх залежності від сектора в плані зайнятості та рівня їх підготовленості.

1.3. Політика країн світу зі стимулювання індустрії туризму під час пандемії

На всіх етапах подорожей поряд із забезпеченням безпеки і захисту туристів, трудящих і місцевого населення ключове значення для відновлення довіри матиме дотримання належних протоколів охорони здоров'я і безпеки та поширення інформації про них. У цьому контексті велике значення будуть мати співпраця і взаємодія між країнами.

Наприклад, Руанда знову відкрилася для туризму в червні 2020 р. і відновила комерційні рейси в серпні. В ході підготовки був розроблений ряд керівних принципів, включаючи спільні керівні принципи туристської діяльності і конкретні керівні принципи для національних парків [10]. В Албанії Міністерство туризму і навколишнього середовища спільно з Міністерством охорони здоров'я та соціального захисту підготували «Протокол про заходи щодо боротьби з COVID-19 під час туристичного сезону 2020 року», що містить керівні вказівки і передбачає необхідні попередні умови, які туристичні фірми повинні виконати для відновлення туристичного сезону і в цілях захисту співробітників і відвідувачів. Або в якості ще одного прикладу можна навести Болгарію, яка в 2020 році підготувала керівні принципи для готельних підприємств і спеціальну декларацію для туристів.

Оскільки туризм поступово відновлюється, політику повернення до трудової діяльності можна було б будувати на основі підходу, орієнтованого на людину, яка передбачає, що права, міжнародні трудові норми і психологічне благополуччя працівників є наріжним каменем економічних, соціальних і екологічних стратегій відновлення. Вирішальне значення для формування ефективної політики та обстановки довіри, необхідних для безпечного повернення до роботи, буде мати діалог з населенням. У документі МОП «Безпечне повернення до роботи: керівництво для роботодавців щодо профілактики COVID-19» наведено докладний набір дій і рекомендацій, запропонованих відповідними органами охорони здоров'я і праці. Документ призначений для того, щоб працівники, в тому числі працівники

секторів повітряного і морського транспорту, могли отримувати інформацію і підготовку з питань COVID-19, а керівні стратегічні вказівки могли б бути закріплені в директивних документах національних систем охорони здоров'я та гігієни праці.

Слід уникати непотрібних перешкод для мандрівників з обмеженими можливостями і літніх людей і адаптувати заходи безпеки. Нова реальність не повинна створювати додаткових бар'єрів для цих груп осіб. У документі «Відновлення туризму для мандрівників з обмеженими можливостями» пропонуються відповідні рекомендації з метою сприяння інклюзивності в цій області.

Цифровізація та інноваційні рішення дають унікальну можливість розширити масштаби впровадження оперативних процедур, які роблять подорожі безпечними і зручними, одночасно пом'якшуючи можливі наслідки застосування нових протоколів з точки зору збільшення обсягу відходів, що утворюються, споживання води та енергії. Електронна реєстрація в готелях, безконтактний прикордонний контроль і посадка на літак можуть підвищити ступінь безпеки і звести до мінімуму утворення відходів [11].

Крім того, дотримання необхідних протоколів охорони здоров'я і безпеки може призвести до збільшення кількості відходів, в тому числі масок, рукавичок, халатів, харчових упаковок і інших одноразових засобів захисту. Може збільшитися і споживання води, що призведе до ще більшої її нестачі і створить додаткове навантаження в плані управління відходами. Таким чином, застосування моделей раціонального споживання і виробництва і принципу циклічності при розробці туристичних програм, заходів та ланцюжків поставок є основоположним для підвищення ефективності використання ресурсів, виробництва і постачання продуктів харчування, витратних матеріалів, а також забезпечення раціонального енерго- та водокористування та управління відходами.

З метою сприяння відновленню ділової активності та підвищенню рівня довіри подорожуючих було б доцільно розробити і впровадити програми соціально-економічного відновлення і протоколи здійснення поїздок на основі

здійснення тісного національного і міжнародного співробітництва та координації, загальнодержавного підходу, партнерства державного і приватного секторів та участі громадськості.

Повноцінна координація з органами охорони здоров'я і міжнародна співпраця з питань, що стосуються політики в галузі захисту прав споживачів і обмежень на поїздки, вкрай важливі з точки зору сприяння безпеці поїздок, зміцнення довіри і прискорення процесу з відновлення туристської активності [2].

Зняття або введення обмежень на поїздки повинно повністю координуватися між країнами для забезпечення безпечного відновлення туризму. Для реалізації дієвих планів і стратегій відновлення роботи будуть потрібні більш динамічні і гнучкі структури, які дозволять поліпшити координацію між усіма зацікавленими сторонами, включаючи різні міністерства і органи державної влади, з метою підвищення ступеня безпеки і захисту, реагування на поведінку і динаміку ринку, а також переходу до більш стійкої практики споживання і виробництва. Особливу увагу слід приділяти туристичними напрямками, найбільш чутливим/вразливим на етапі відновлення.

Наприклад, в Еквадорі було створено п'ять робочих комітетів для активізації сектора туризму. В Алжирі створена спеціалізована група з контролю в туристичному секторі під головуванням генерального директора по туризму, яка відстежує стан справ, консультуючись з операторами і фахівцями, включаючи федерації роботодавців і профспілки трудящих. У Бангладеші з метою подолання кризи сформовано Комітет з антикризового управління туристської галуззю, а в Малайзії заснована Рада по відновленню туризму (TRAC).

Що стосується круїзних суден, то Європейське агентство з безпеки на морі і Європейський центр профілактики та контролю захворювань спільними зусиллями підготували всеосяжну доповідь по протоколам і передовому досвіді для круїзних маршрутів в Європейському союзі, який був поширений Міжнародною морською організацією (ІМО) серед її держав-членів.

Криза виявила необхідність переосмислення структури економіки туризму в інтересах підвищення конкурентоспроможності та зміцнення потенціалу протидії. З цією метою сектор міг би:

1. прийняти нові політичні рамки, більш сприятливі для створення надійного і стабільного ділового середовища;
2. підтримати розвиток інфраструктури туризму і системи якісних послуг, які дозволяють розвивати інші суміжні галузі і полегшують процес інвестування для місцевих малих та середніх підприємств;
3. забезпечити альтернативні джерела доходу для залежних від туризму громад з метою зміцнення їх потенціалу протидії кризам;
4. інвестувати кошти в освіту та професійне навчання, в тому числі жінок, у всіх областях з метою сприяння створенню більш гідних робочих місць і підвищення життєстійкості, наприклад, в розвиток мовних навичок;
5. створити всеосяжну модель – продуктивні зв'язки між сектором туризму та іншими галузями економіки, особливо транспортним і торговим секторами, за допомогою різних товарів і послуг;
6. диверсифікувати ринки, розширювати асортимент продукції і вирішувати питання, пов'язані з сезонністю, а також сприяти забезпеченню цілорічного попиту;
7. зміцнити взаємозв'язок між поліпшенням транспортної пов'язаності і туризмом і посилити життєздатну і стійку транспортну інфраструктуру в якості фактора, що дозволяє направити розвиток сектору туризму шляхом досягнення більшої стабільності та відкритості;
8. підвищити інтерес відвідувачів, забезпечуючи отримання ними нового досвіду, в тому числі пов'язаний з вивченням об'єктів культурної спадщини і форм культурного самовираження, а також творчих галузей;
9. сприяти розвитку внутрішнього і регіонального туризму, де це можливо;
10. переорієнтувати професійні вміння та навички з метою диверсифікації за рамки туризму і забезпечити «розумне поєднання секторів» в тих місцях, де туризм став єдиним видом економічної діяльності;

11. створити для сектору туризму системи раннього попередження на базі оцінок ризиків компаній і туристських напрямків.

Криза через коронавірус також вимагає більш міцної основи для вимірювання наслідків туризму в повному об'ємі і розробки політики, що базується на наукових даних. За допомогою туризму можна було б вдосконалити системи збору даних, науково обґрунтовані підходи і механізми оцінки, засновані на чітких показниках і цілях, включаючи Ініціативу по оцінці сталого туризму, процес прийняття якої триває і яка спрямована на вимір трьох аспектів стійкості туризму – економічного, соціально-культурного та екологічного, а також Міжнародну мережу обсерваторій сталого туризму ЮНВТО [12].

Надання підтримки країнам, що розвиваються в питаннях, що стосуються їх статистичного потенціалу, і більш активне впровадження цифрових та інших нових технологій і інструментів для цілей моніторингу та звітності виключно важливі для сталого планування та регулювання туризму [8].

Отож, на всіх етапах подорожей поряд із забезпеченням безпеки і захисту туристів, трудящих і місцевого населення ключове значення для відновлення довіри матиме дотримання належних протоколів охорони здоров'я і безпеки та поширення інформації про них. У цьому контексті велике значення будуть мати співпраця і взаємодія між країнами.

РОЗДІЛ 2. ТУРИЗМ В ІТАЛІЇ ДО ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ

2.1. Туристичне районування Італії

Районування – спеціальний метод в географії. Він дозволяє охарактеризувати територіальний об'єкт дослідження, знайти і пояснити закономірності, є прийомом навчання, спрямованим на практичне застосування наукових результатів. Це складне завдання, яке вимагає повної територіальної інформації, чітких принципів, розуміння сучасних практичних завдань і наукових підходів їх вирішення.

Районування для цілей туризму особливо складне, в цій сфері, яка розвивається, не сформовано яких-небудь більш-менш єдиних принципів. У цій області географії ситуація з цим завданням не схожа на ту, яка має місце у фізичній географії та в соціально-економічній географії, де існують давні традиції, розроблений і широко використовуваний достатній ряд загальноприйнятих принципів районування. Мабуть, не дивлячись на свій бурхливий розвиток, туризм ще не набрав «критичну масу» для розуміння доцільності районування та складання туристських карт, як правило, обходиться без цієї дії [15].

На території Італії можна виділити кілька туристських районів.

1. Міланський район (рис. 2.1). Включає області Ломбардія, П'ємонт, Валле-де-Аоста і Лігурія. Центральним місцем є аеропорт Мілану. Особливо значущі природні туристські ресурси створюють гори Альпи Валле-де-Аости, Ломбардії і П'ємонту, пляжі Лігурії, великі гірські озера Маджоре, Комо, Гарда та інші. Історико-культурними, соціально-економічними та діловими ресурсами туризму виділяються Мілан, Турин, Генуя, Бергамо. Незважаючи на різноманітність видів туризму, можна виділити наступні переважаючі групи: активний туризм в горах, рекреація на озерах італійських Альп, культурно-діловий туризм і приморський відпочинок.

2. Венеціанський район. Включає області Венето, Трентіно-Альто-Адідже, Фріулі-Венеція-Джулія і Емілія-Романья. Центральними пунктами є аеропорти Венеції, Верони і Ріміні. Головні природні туристські ресурси пов'язані з

альпійськими територіями Трентіно-Альто Адідже, Венето і Фріулі-Венеція-Джулія, з приморськими територіями Емілі-Романьї, Венето і Фріулі-Вінція Джулії. Історико-культурні туристські ресурси світової популярності особливо зосереджені в Венеції, Вероні, П'яченці, Падуї, Мантуї, Болоньї, Пармі, Феррарі, Равенні, державі Сан-Маріно. Серед основних видів туризму виділяються історико-культурний і подієвий, гірськолижний, пляжний, бальнеологічний.



Рис. 2.1. Туристичне районування Італії

Джерело: [17]

3. Римський район. Включає області Лаціо, Тоскану, Умбрію, Марке і Аbruццо. Центральним місцем маршрутною мережі є аеропорт Риму [17]. Головні природні ресурси туризму пов'язані з ландшафтами Середньої Італії, особливо Тоскани і Умбрії, культурно-історичні – з містами світової спадщини, серед яких Рим, Флоренція, Піза, Сієна, Лука, Перуджа, Асізі, Сполетто, Урбіно. Важливим місцем тяжіння є держава Ватикан. Найбільш затребуваними видами туризму є історико-культурний екскурсійний, паломницький, сільський і ландшафтний, бальнеологічний.

4. Неаполітанський район. Охоплює області Кампанія, Молізе, Апулія і Базіліката. Центральний пункт – аеропорт Неаполя. Основні природні туристські ресурси пов'язані з береговою лінією Тірренського, Іонічного і Адріатичного морів, з кліматом центральної смуги середземноморських субтропіків і вулканом Везувій. Культурні туристичні ресурси пов'язані з автентичною середовищем в сільській місцевості, з видатною культурною спадщиною та природними особливостями міст, серед яких: великі за розмірами – Неаполь і Барі, середні – Бріндізі і Лечче, малі – Сорренто, Альберобелло, Матера і, особливо, Помпеї. Серед основних видів туризму виділяються пляжний, сільський гастрономічний, екскурсійний.

5. Сицилійський район. Включає області: Сицилію і Калабрію. Основними центрами маршрутною мережі є аеропорти Палермо і Катанії. Природні туристські ресурси пов'язані з протяжним і різноманітним узбережжям Тірренського, Середземного і Іонічного морів, вулканічною діяльністю і кліматом Південної Італії. Культурно-історичні туристські ресурси визначаються зосередженням на Сицилії пам'ятників світової популярності. Серед видатних міст з яскравим спадщиною: Палермо, Таорміна, Катанія, Сіракузи, Агрідженто, Ното і Модіка. Основними видами туризму є пляжний відпочинок, історико-культурний, природно-екскурсійний та сільський гастрономічний та винний [17].

6. Сардинський район. Представляє область Сардинія. Центральними пунктами є аеропорти Кальярі і Ольбії. Природні туристські ресурси району пов'язані з багатими пляжами, особливо сприятливими екологічними

характеристиками, кліматом центрального Середземномор'я і агродіяльністю. Основними видами туризму є пляжний відпочинок і сільський туризм.

Сардинія з усіх областей найбільш відокремлена від основної території Італії. Відстань по морю до найближчих від острова італійських портів становить 250 350 км. Корсика також відокремлена морем від материкової Франції, але дуже близька до Сардинії. У зв'язку з географічною близькістю італійського та французького великих островів і віддаленістю їх від основних територій своїх країн є просторові підстави формувати в туристській діяльності єдиний Корсикана-Сардинський район. Туристські зв'язки Сардинії і Корсики розвиваються і двотижневі туристські програми будуть різноманітнішими, якщо в туристському відношенні ця територія буде функціонувати як інтернаціональний туристичний район.

Міланський і Венеціанський туристські райони межують з альпійськими країнами, туристські маршрути, що починаються в Мілані, Венеції або Вероні можуть охоплювати пункти в сусідніх країнах: Франції, Монако, Швейцарії, Австрії, Словенії, а мандрівник Сицилією може включити в маршрут близьку Мальту. Таким чином, туристський район не є строго обмеженою територією, оскільки туристські програми залежать від потреб людей, а потреб безліч. Кордон туристського району з сусідніми країнами часто виражається в різниці вартості послуг, в природних бар'єрах і відстанях до туристських об'єктів.

Італійські області об'єднуються в туристські райони, кордони районів проходять по зовнішніх межах областей. При цьому спрощується розуміння району, але з'являються деякі «спірні» випадки з точки зору близькості до центральних пунктів. Крайні місця Емілі-Романьї і Тоскани можуть бути краще пов'язані з аеропортом Мілана, а деякі місцевості Ломбардії і Марке з аеропортами Верони і Ріміні. Крайній схід Калабрії може дистанційно тяжіти до Неаполітанського району [18]. Однак все ж правильніше виділяти туристські райони, об'єднуючи географічні групи областей без поділу останніх. Мати в межах туристського району цілісні області правильніше з точки зору планування подорожі, розуміння територіальних особливостей і повноти вражень. Однак, за доступністю від центрів туристських районів провінцію Мантуя, що входить в

регіон Ломбардія, правильніше віднести до Венеціанського туристського району, а провінцію П'яченца, регіону Емілія-Романья, доречно розглядати в складі Міланського туристського району.

На наш погляд, запропоноване районування може претендувати на загальне туристське районування Італії, оскільки побудовано на узагальнених туристських принципах (на виділенні основних пунктів початку та завершення подорожей – центральних міст з найбільш туристсько активними аеропортами, на позначенні груп областей, пов'язаних транспортно, з широкими туристсько-рекреаційними можливостями, на визначенні властивостей цілісності в мережі туристських маршрутів).

Дуже часто на практиці туристське районування заміняється географічним (особливо часто – фізико-географічним районуванням або адміністративним поділом). Фізико-географічне районування, соціально-економічне районування і адміністративний поділ складають фактичну основу всіх туристських проектів і, зокрема, для планування туристських подорожей [17].

Якщо готувати карту туристського районування, то вона повинна враховувати і специфічні особливості туристської галузі і туристських завдань. Запропонована карта відрізняється від сітки фізико-географічних районів, оскільки в один туристичний район входить кілька різних фізико-географічних областей, що забезпечує його ландшафтне різноманіття. До центрів туристських районів не віднесені найбільші і великі міста, які в соціально-економічному районуванні є ядрами тяжіння: Турин, Генуя, Болонья, Флоренція, Барі. Це свідчить про відмінність в сітках туристського і соціально-економічного районування. Сітку адміністративного поділу Італії застосовувати в якості сітки інтегральних туристських районів важко, оскільки існують дуже великі відмінності в туристській відвідуваності італійських регіонів.

Районування для цілей туризму особливо складне, в цій сфері, яка розвивається, не сформовано яких-небудь більш-менш єдиних принципів. У цій області географії ситуація з цим завданням не схожа на ту, яка має місце у фізичній географії та в соціально-економічній географії.

2.2. Стан туризму в Італії у 2018-2019 рр.

Згідно зі статистикою, популярність італійського напрямку у світових туристів значно зросла за період 2015-2018 рр., і це спричинило зростання цілого ряду показників в туристичній галузі країни.

За попередніми даними ISTAT в 2018 році в Італії було зафіксоване підвищення туристичного попиту на 3,5 %, в цифровому вираженні кількість туристів становила 109,5 млн. чоловік. При цьому на 4,5 % в порівнянні з аналогічним періодом 2017 року збільшилось і число ночівель, досягнувши рівня в 211,3 млн. ночівель. Зростання відбулося за рахунок збільшення присутності внутрішніх туристів на 4 % і іноземців – на 5,1 %. Частка іноземної складової попиту, зареєстрована за період з січня по грудень 2018 року, становить 50,5 %.

Як відзначають експерти International Investment, зростання відвідуваності в Італію порівняно невелике, якщо враховувати дані загальносвітового зростання міжнародного туристичного потоку в 2018 році, який склав 7 %. Але потрібно враховувати, що так як Італія входить в ТОП-3 країн за відвідуваністю міжнародними туристами, в цифровому вираженні зростання кількості туристів обчислюється декількома мільйонами людей.

Італія займала у 2018 році друге місце в світі після Іспанії за кількістю ночівель іноземних туристів з показником 211,3 млн. ночівель, що на 5,9 % більше ніж у 2017 році. Частка Італії в рейтингу Європейських країн за цим показником склала 13,2 % від загального числа іноземних мандрівників в ЄС [21].

Витрати іноземних туристів у 2018 р. в країні також вирости на 7,2 % в порівнянні з попереднім роком, і склали 39 млрд. євро (рис. 2.2). Рейтинг країн, громадяни яких витрачали в Італії найбільше грошей, виглядає наступним чином – на першому місці знаходиться Німеччина, далі йдуть США, Франція, Великобританія і Швейцарія. Громадяни Німеччини, які складають 15,8 % туристів, витратили в Італії 6 146 млн. євро, це на 7,5 % більше ніж роком раніше. Мандрівники з США залишили в Італії 4 672 млн. євро, що на 2,5 % більше ніж у 2017 році, при цьому їх кількість в загальній частці в'їзного турпотоку склала 12 %.

Французи витратили в Італії майже 4 млн. євро, що на 9,5 % більше, ніж в попередньому році, а їх частка в загальному турпотоці склала 10,3 %.

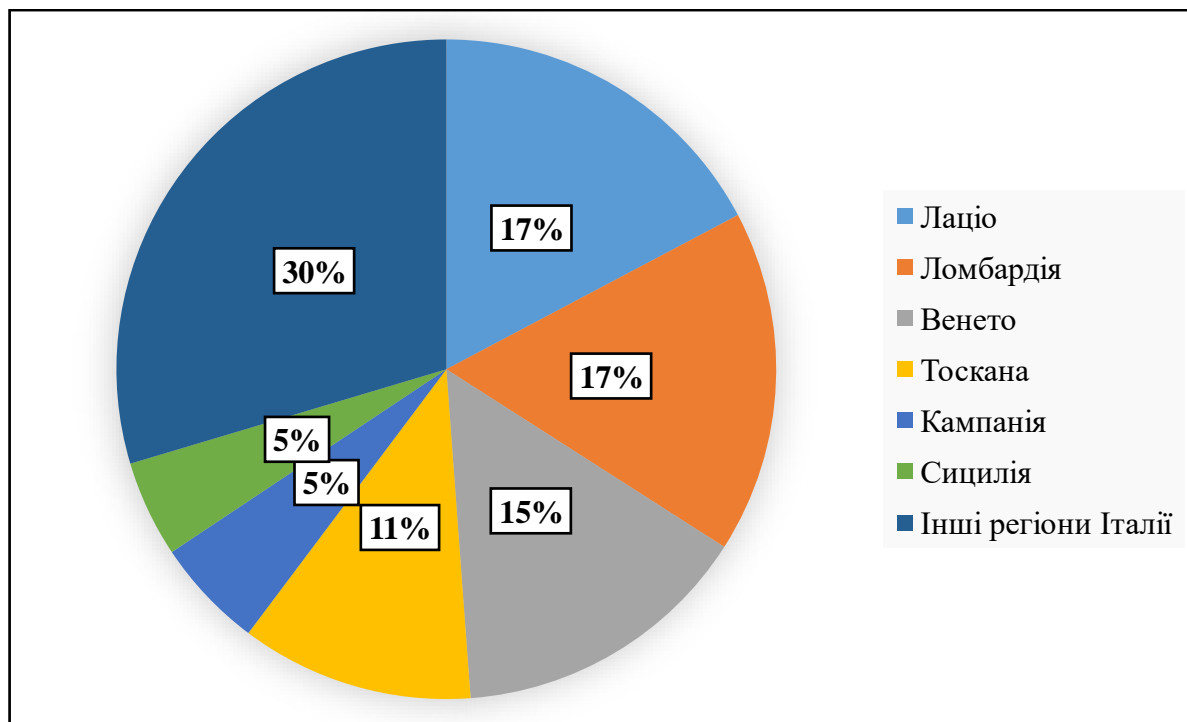


Рис.2.2. Частка регіонів Італії від загальної кількості витрат туристів у 2018 р.
Джерело: побудовано автором за даними [21]

У п'ятірці регіонів з найбільшим припливом фінансів від туризму у 2018 р. знаходилося Лаціо, з витратами туристів на рівні 6 730 млн. євро, що на 17,3 % більше ніж роком раніше. На другому місці знаходилась Ломбардія – тут туристи залишили 6 551 млн. євро. У Венето іноземними мандрівниками було витрачено 5 762 млн. євро, на 5,7 % більше, ніж в 2017 році. Далі йде Тоскана з цифрою розтрат 4 453 млн. євро, при цьому тут динаміка негативна, за 2018 рік регіон втратив 0,9 % фінансів іноземних туристів. І замикала рейтинг Кампанія, в якій гості витратили 2 107 млн. євро, з перевищенням показників 2017 року у 14,9 %. Разом ці міста охоплюють 65,7 % від загального обсягу витрат іноземних громадян в Італії.

Найбільші темпи збільшення витрат іноземних громадян в Італії зафіксовані на острівній частині Італії. На Сицилії витрати іноземних громадян в 2018 році зросли на 32 % і склали 1 845 млн. євро. На Сардинії розтрати іноземних туристів зросли на 66,8 % і склали 1 036 млн. євро.

Відповідно, істотно збільшився пасажиропотік в італійських аеропортах. За даними Асоціації італійських аеропортів Assaeroporti більш 170,4 млн. пасажирів пройшли через італійські аеропорти в 2018 році, що на 6,4 % більше, ніж роком раніше. Обсяг міжнародних перевезень зріс на 8,3 % в порівнянні з 2017 роком. Понад 88 млн. туристів прибуло з країн Європейського союзу (включаючи Швейцарію). Кількість внутрішніх пасажирів, громадян Італії, також зросла на 3 %.

Столичні аеропорти в 2018 році обслужили близько 47 млн. пасажирів, при цьому пасажиропотік в аеропорту «Ф'юмичіно» знизився на 1,9 %, а в аеропорту «Чампіно» виріс на 9,1 % в порівнянні з 2017 роком. Міланські аеропорти знаходяться на другому місці за обсягом пасажиропотоку, вони в 2018 році обслужили майже 32 млн. чоловік, при цьому аеропорт «Малпенса» збільшив кількість пасажирів на 14,2 %, а «Лінате» втратив 1,4 % пасажирів. На третьому місці знаходиться аеропорт «Бергамо», який прийняв 12,3 млн. пасажирів, що на 10,5 % більше ніж роком раніше, на четвертому місці – аеропорт Венеції з пасажиропотоком рівним 10,4 млн. чоловік, що на 7,8 % більше від аналогічних показників 2017 року.

Згідно з дослідженнями ЮНВТО, в 2019 році в світі було скоєно 1,5 млрд. міжнародних туристичних поїздок, що на 4 % більше, ніж в 2018 році. Аналогічне зростання прогнозувалося і на 2020 рік. Очікувалося, що спортивні заходи, включаючи Олімпійські ігри в Токіо, і культурні заходи, такі як Expo 2020 Dubai, матимуть позитивний вплив на сектор туризму.

До пандемії туризм був провідним і стійким сектором економіки, особливо з урахуванням тодішньої невизначеності. Значну частку прибутків від туризму отримували багато країн світу, в тому числі і Італія [21].

У 2019 році Італія випередила Францію за кількістю ночівель іноземних туристів (214 і 140 млн. ночівель відповідно). У Італії і Франції в річному вираженні ці показники зросли (+2 і + 5 %), а у Іспанії знизилися на 1,4 %.

Половина ночівель в Італії в 2019 році припадала на частку саме іноземних туристів, але тут є ще одна сильна сторона країни: за даними EUROSTAT, 23,5 % туристів не з Євросоюзу вважають за краще серед європейських напрямків саме

Італію. За показниками цього, «неєвропейського», сегмента Італія випереджала у 2019 році всі країни ЄС. В результаті туристичний сектор приніс Італії в 2019 році на 5,8 % більше грошей, ніж у 2018 році, а саме 41,267 млрд євро. Витрати іноземних туристів в 2019 році становили в середньому 861 євро з однієї людини.

В 2019 році Італію відвідало 4,4 мільйона чоловік з Північної Америки, і ця цифра зросла на 7 % з 2018 року. У 2019 Італію відвідало 6,4 мільйона британських туристів, що на 6,3 % більше, ніж у 2018 році.

За підсумками 2019 року кількість туристів, що відвідали Мілан, зросла майже на 10 % в порівнянні з 2018 роком, до 6,82 мільйона чоловік. З урахуванням туристів, які відвідували інші населені пункти регіону Ломбардії, потік збільшився до 9,94 млн. чоловік [5].

Ділову столицю Італії найчастіше відвідували громадяни у віці від 31 до 45 років (3,2 млн. чоловік). Оскільки значна частина поїздок носила робочий характер, мандрівники-одинаки відвідували Мілан частіше, ніж сім'ї. Місцева влада закріпила успіх в 2019 році, завдяки заходам, присвяченим 500-річному ювілею смерті Леонардо Да Вінчі.

У 2019 загальний дохід від туристичного податку, що діє в містах Італії, перевищив 600 мільйонів євро. За словами президента Federalberghi Бернабо Боккі, «У 1020 муніципалітетах країни застосовується туристичний податок». Містом з найвищим доходом став Рим з надходженнями в розмірі 130 млн. євро, що становить 27,7 % від загального обсягу. Мілан на другому місці з більш ніж 45 млн. євро.

Після Риму та Мілану слідує Флоренція і Венеція (обидва міста з надходженнями в розмірі понад 30 млн. євро). Таким чином, першим чотирьом містам рейтингу (Рим, Мілан, Венеція і Флоренція) вдалося зібрати з мандрівників більше 240 млн. євро, що складає більше 58 % від загальнонаціонального доходу. 31,6 % курортів, які стягують податок з туристів (315 з 997), є гірськими. Далі йдуть морські з показником 19,7 % (196).

Вага великих міст також відчувається в регіональному рейтингу, очолюваному Лаціо з показником в майже 135 млн. євро. Далі розмістилися Венето

(63,7 млн. євро), Ломбардія (59,5 млн. євро) і Тоскана (57,4 млн. євро). У цих чотирьох регіонах збирається 67,1 % від загального доходу.

Отже, до пандемії туризм був провідним і стійким сектором економіки, особливо з урахуванням тодішньої невизначеності. Значну частку прибутків від туризму отримували багато країн світу, в тому числі і Італія [2].

У 2018 році в Італії було зафіксоване підвищення туристичного попиту на 3,5 %, в цифровому вираженні кількість туристів становила 109,5 млн. чоловік. При цьому на 4,5 % в порівнянні з аналогічним періодом 2017 року збільшилось і число ночівель, досягнувши рівня в 211,3 млн. ночівель. Зростання відбулося за рахунок збільшення присутності внутрішніх туристів на 4 % і іноземців – на 5,1 %. Частка іноземної складової попиту, зареєстрована за період з січня по грудень 2018 року, становить 50,5 %.

У 2019 році Італія випередила Францію за кількістю ночівель іноземних туристів (214 і 140 млн. ночівель відповідно). У Італії і Франції в річному вираженні ці показники зросли (+2 і + 5 %), а у Іспанії знизилися на 1,4 %.

2.3. Особливості туристичної дипломатії Італії на початку XXI ст.

У кризовий час створення умов щодо залучення туристів є ключовою складовою «м'якої сили» Італії в області культури. Сектор туризму в значній мірі впливає на стан економіки: згідно зі статистикою Всесвітньої туристичної організації, країна є п'ятим за популярністю міжнародним туристичним напрямком. Крім того, згідно з даними ЮНЕСКО, Італія в списку країн-носіїв культурної спадщини займає перше місце (54 пам'ятника культури). За даними, наведеними в звіті ЮНТВО Tourism Highlights 2018, за 2017 р. країну відвідали 58,3 млн туристів, в той час як в 2018 р. – 62,8 млн. Приріст туристів склав 4,5 млн. чоловік за 1 рік, що, безумовно, відображало позитивну динаміку по популярності і відвідуваності Італії.

На початку XXI ст. Італія в туристичній сфері втратила позиції, віддавши пальму першості Іспанії і Франції. Згідно з доповіддю Destination Italy 2020 року,

яка була підготовлена The Boston Consulting Group для Міністерства туризму і спорту, туризм в Італії стикається з такими проблемами, як: слабка інфраструктура, низька конкурентоспроможність пропозицій, недостатньо ефективного управління галуззю, відчутне розходження рівня туризму в різних регіонах країни. Об'єктивно Італія програє Франції та Іспанії в співвідношенні ціни і якості туристичного продукту [22].

Аналітики міжнародного центру досліджень з економіки туризму Ciset відзначають, що для уряду Італії одним із пріоритетних завдань в туристичній сфері є просування невідомих напрямків, таких як автентична ремісничка справа, винні та гастрономічні тури, а також популяризація альтернативних видів туризму, що дозволить розвантажити найбільш затребувані туристичні маршрути, збільшити кількість несезонних гостей і забезпечити постійний приплив коштів до бюджету країни на протязі всього року.

Культурна дипломатія Італії отримала новий виток розвитку в 2013 р, коли глава МЗС Е. Боніно заявила, що величезний потенціал культури Італії повинен бути використаний як інструмент у розвитку економіки і зовнішньої політики. З цією метою міністерство виробило Стратегічний план розвитку туризму «Італія 2020». В цьому плані визначено сім напрямків розвитку:

- збільшення підтримки галузі державою;
- підвищення ефективності управління;
- створення сучасного туристичного пропозиції, що відповідає новим вимогам;
- «перезавантаження» Національного агентства по туризму в новому форматі;
- розвиток інфраструктури та транспорту;
- створення системи по підготовці кадрів;
- збільшення припливу інвестицій за рахунок бюрократичних реформ [23].

У разі успішної реалізації цього плану Міністерство туризму обіцяло країні до 2020 р. півмільйона нових робочих місць для корінних жителів і внесок у ВВП країни в розмірі біля 30 млрд. євро. В цьому випадку туризм дійсно був би

важливим інструментом забезпечення економічної сили держави, що ще раз доводить необхідність граничної уваги до даної області в Італії.

Одну з провідних ролей в сфері поліпшення туристичного іміджу країни грає ENIT – національне агентство з туризму. У 1919 р декретом № 2099 від 12.11.1919 Віктора Еммануїла III був заснований ENIT – Національне управління з розвитку індустрії туризму [22].

Потім декрет був перетворений в закон № 610 від 07.04.1921 р. У 2005 р. на підставі декрету № 35 від 14.03.2005 р. Національне управління з розвитку індустрії туризму було перейменовано в Національне агентство з туризму. Основними сучасними завданнями агентство визначило:

- піклуватися про комплексне просування туристичних ресурсів регіонів;
- заохочувати різні види національного туризму;
- створювати рекламні стратегії на національному та міжнародному рівні за кордоном і підтримувати інформацію в області маркетингу італійських туристичних продуктів;
- проводити консультаційну діяльність і підтримку держави, регіонів та інших державних органів, які беруть участь в просуванні туристичних продуктів, визначати відповідні комерційні стратегії, які дозволяють Італії ефективно представляти себе на зарубіжних ринках;
- організовувати консультаційні послуги, допомогу і співробітництво для державних і приватних організацій, в тому числі офісів і регіональних установ, заохочувати і розвивати процеси, спрямовані на узгодження прийому та реєстрації інформації для туристів;
- реалізовувати форми співпраці з відомствами дипломатичної та консульської службами Міністерства закордонних справ.

Спочатку агентство створювалося з метою залучення іноземних туристів в альпійський регіон. ENIT фактично був інструментом «м'якої сили» королівської Італії для відновлення іміджу альпійського регіону після закінчення Першої світової війни.

Туристична ситуація на півночі країни була катастрофічна, колишні курортні зони були занедбані. Серед цілей, поставлених перед ENIT, було відновлення економіки регіону, відновлення туристичних потоків на колишньому рівні. Була визначена задача створити в очах світової громадськості образ Альп як спокійного, заспокійливого краю.

З ініціативи, в першу чергу, Туристичного клубу Італії агентству ENIT було довірена місія розвитку та просування туризму і культури в Італії та за кордоном, робота зі статистичними даними, установа власних туристичних та інформаційних офісів, а також розвиток готельного бізнесу [24].

Першим партнером агентства стала Залізниця Італії *Ferrovie dello Stato Italiane*, яка була фактично єдиною державною організацією, що пропагувала образ Італії за кордоном. Насамперед ENIT сприяла відкриттю залізничного сполучення до Больцано і Мерано із Риму та Мілану. На підставі співпраці цих двох державних агентств був створений Консорціум туристичних офісів Італії, завдяки якому ENIT зміг проводити свою діяльність через офіси залізничних вокзалів Італії, а також офіси навігаційних компаній і банків.

Значущою подією в розвитку італійської публічної дипломатії стала успішно проведена Всесвітня виставка ЕКСПО в Мілані, яка відбулася в 2015 р. У виставці, що тривала півроку, взяли участь 145 країн. Забудова виставкової зони включала 54 індивідуальних павільйони і 9 тематичних кластерів [25]. ЕКСПО стала важливим заходом в культурному житті Італії, стала своєрідним майданчиком перехрестя культур і міжнаціонального діалогу та сприяла збільшенню потоку туристів в Італію. Так, більше 20 млн. осіб відвідали даний захід, а значить, ознайомилися з сучасними італійськими досягненнями в галузі харчових продуктів, технологій і культури. Це привернуло інтерес до країни, її культури, що сприяло розвитку національної економіки за рахунок інвестицій в різні проекти.

Що стосується сильних сторін публічної дипломатії Італії, можна відзначити, що це країна найбагатшої культурної спадщини, яка внесла вагомий вклад у світову культуру (музику, мистецтво і архітектуру). В Італії розвинена креативна індустрія (мода, архітектура, інженерія, дизайн, hi-tech). Слабкими сторонами туристичної

дипломатії Італії є недостатня оцінка багатого культурного потенціалу країни державою і низький рівень державного фінансування туризму в зв'язку з економічною рецесією.

Отож, у кризовий час створення умов щодо залучення туристів є ключовою складовою «м'якої сили» Італії в області культури. Сектор туризму в значній мірі впливає на стан економіки: згідно зі статистикою Всесвітньої туристичної організації, країна є п'ятим за популярністю міжнародним туристичним напрямком. Крім того, згідно з даними ЮНЕСКО, Італія в списку країн-носіїв культурної спадщини займає перше місце (54 пам'ятника культури).

Аналітики міжнародного центру досліджень з економіки туризму Ciset відзначають, що для уряду Італії одним із пріоритетних завдань в туристичній сфері є просування невідомих напрямків, таких як автентична ремісничча справа, винні та гастрономічні тури, а також популяризація альтернативних видів туризму, що дозволить розвантажити найбільш затребувані туристичні маршрути, збільшити кількість несезонних гостей і забезпечити постійний приплив коштів до бюджету країни на протязі всього року.

РОЗДІЛ 3. COVID-19 І СЕКТОР ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

3.1. Вплив COVID-19 на індустрію туризму в Італії

Туристичний сектор Італії, як і вся економіка в цілому сильно постраждали від початку епідемії коронавірусу, оскільки туристи в 2020 році відвідували Італію набагато менше ніж минулими роками. Повідомлялося про величезні втрати країни у 2020 році, туристи почали скасовувати свої бронювання ще до закриття кордонів Італії на початку березня, коли всі види поїздок, крім найнеобхідніших в Італію, стали неможливими.

За даними Всесвітньої туристської організації ООН (ЮНТВО), Італія в 2018 році прийняла більш як 60 млн. іноземних туристів. У 2020 році через пандемію в країні очікувалося на 56 млн. ночівель менше. Це мало призвести до втрат 3,2 млрд євро, що могло стати рекордом за всю історію туризму в країні [27].

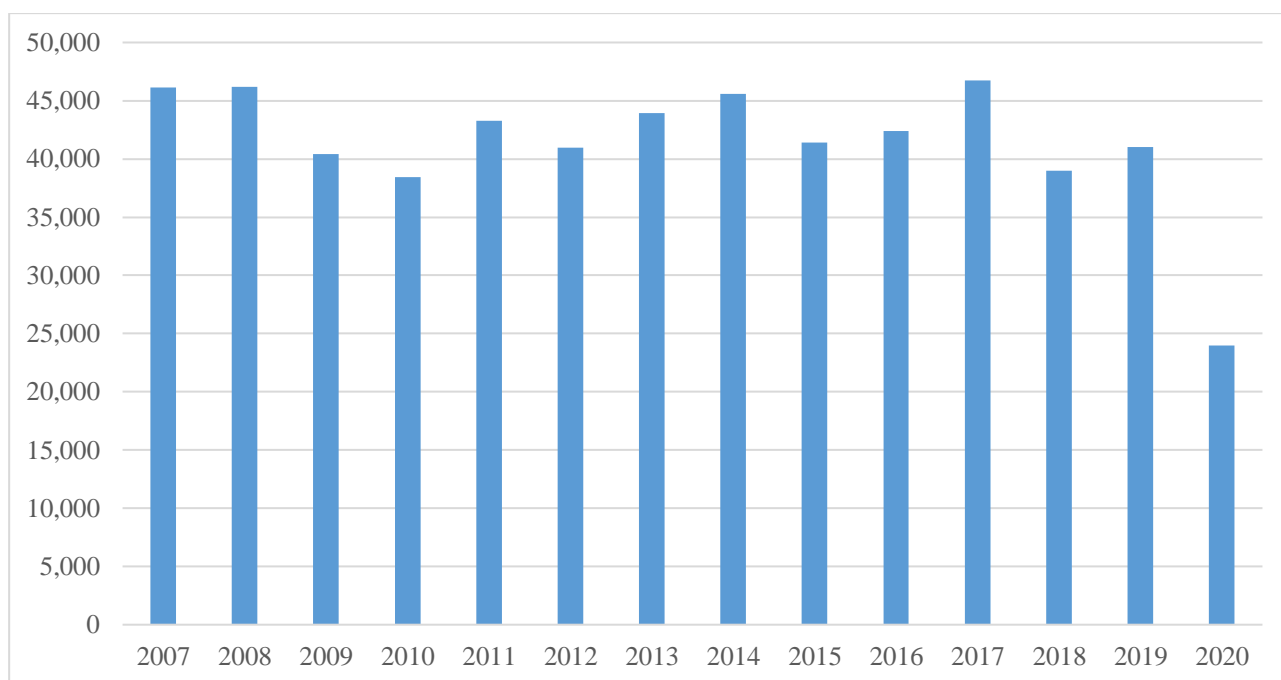


Рис.3.1. Доходи від міжнародного туризму в Італії у 2007-2020 рр., млн. дол. США

Джерело: побудовано автором за даними [27]

На рисунках 3.1 і 3.2 представлені доходи від міжнародного туризму в Італії з 2007 р. по 2020 р. і частка даної сфери у ВВП країни відповідно. Представлені дані дозволяють зробити висновок про те, що доходи від туризму роблять великий внесок у ВВП Італії. Доходи від міжнародного туризму в Італії до початку пандемії щороку зростали. В 2020 році цей показник значно знизиться через пандемію.

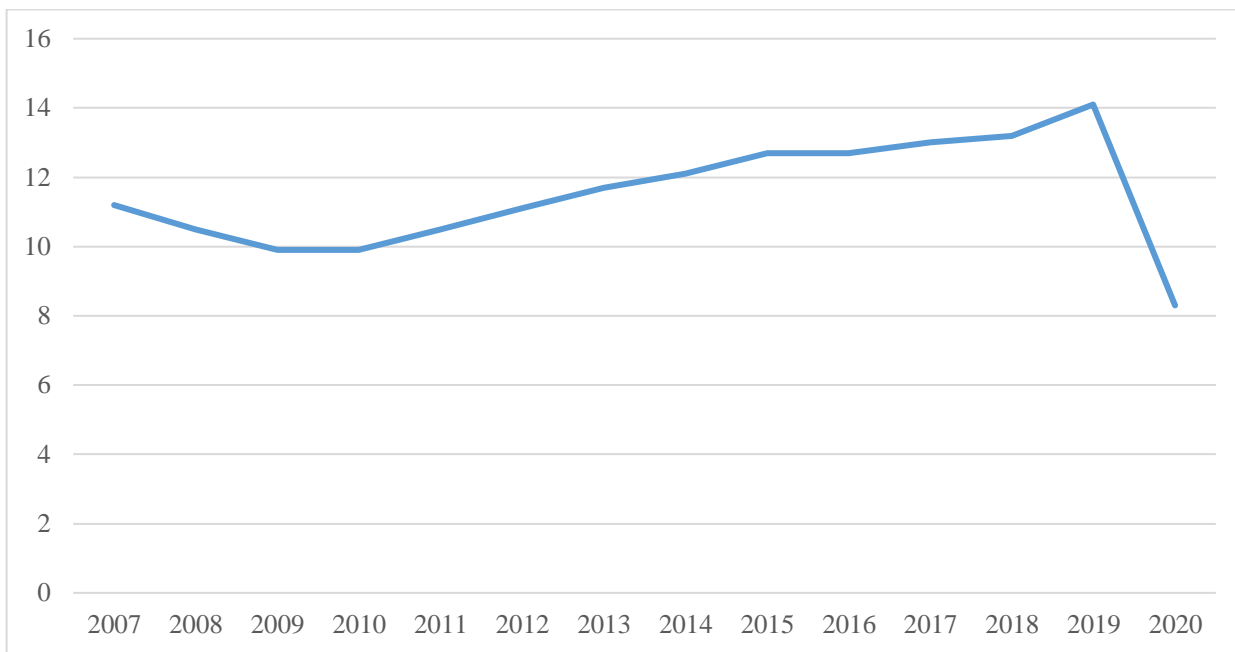


Рис.3.2. Загальний вклад сфери туризму у ВВП Італії в 2007-2020 рр., %
Джерело: побудовано автором за даними [27]

Як зазначалося в звіті ЮНТВО, майже половина недоотриманих доходів припадає на готельний сектор країни. Протягом 2020 року Італія поступово відновлювала міжнародні поїздки, але в'їзд з країн за межами Шенгенської зони був дозволений лише з 1 липня. Багато рейсів в країні не здійснювалося впродовж минулого року, а близько 40 % готелів країни пустували.

У минулому році нестача туристів в Італії – протилежність тієї проблеми, що існувала раніше, овертуризму. Адже, до початку пандемії найбільш відомі місця Італії страждали від переповненості, особливо в розпал літнього сезону і свят. Зараз місцеві жителі і навіть ті, хто працює в туризмі, кажуть, що не хочуть повернення масового туризму. На їхню думку, прийшов час якісних змін [30].

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

Однією з великих витрат в даному секторі бізнесу є заробітна плата співробітника. Тому існує велика загроза звільнення великої кількості людей.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Глобальна економіка сильно постраждала від поширення коронавірусу, і одним з найбільш постраждалих секторів є авіаційна промисловість.

За оцінками Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), в минулого року авіакомпанії могли втратити до 252 млрд. дол. США доходів в результаті дії вірусу або 38 % в порівнянні з 2019 роком. У секторі стався різкий спад пасажиропотоку через обмеження.

Європейські авіалінії втратили в 2020 році доходи в розмірі 89 000 мільйонів доларів (82 000 мільйонів євро) через COVID-19 [30].

«У той час, коли авіакомпанії стикаються з безпрецедентною кризою ліквідності, нам вкрай необхідні фінансова підтримка з боку європейських урядів і нормативна підтримка», – так заявляв минулого року регіональний віце-президент IATA по Європі Рафаель Шварцман, представляючи дані.

Збиток Італії у 2020 році експерти оцінюють в межах від 11 500 до 17900 млн. дол. США, що створило ризик для 310 000 робочих місць на італійському ринку.

Пряма фінансова підтримка, позики і полегшення тягаря заборгованості, а також тимчасове ослаблення правил (наприклад, щодо компенсації за скасування

рейсів) – ось деякі з рецептів, які IATA пропонувала Європі в разі виникнення повітряного кризи через епідемію коронавірусу.

Так, італійська авіакомпанія Alitalia була повністю націоналізована в 2020 році через фінансові збитки, викликані пандемією. Уряд Італії оголосив минулого року, що контроль над цією компанією тепер буде повністю залежати від Міністерства економіки.

Оскільки авіаційна галузь Італії за весь період 2020 р. продовжувала страждати від слабкого попиту на поїздки на тлі поширення коронавірусу по всьому світу, рівень зайнятості в даній сфері в країні продовжував знижуватися. Так, в Італії в зоні ризику опинилися 22 % зайнятих в сфері туризму, що становить понад 1,2 млн чоловік.

Крім того, в Італії минулого року відбулося експоненціальне зростання неповної зайнятості, оскільки економічні наслідки спалаху вірусу призвели до скорочення робочого часу і заробітної плати.

«Збитки від відсутності іноземних туристів в Італії в 2020 році склали 24,6 млрд. євро, і навіть витрати на внутрішні поїздки в країні знизилися на 43,6 млрд. євро», – повідомив під час інтерв'ю Джорджіо Палмуччі, президент італійського національної ради з туризму ENIT. При цьому, на його думку, навіть якщо попереду буде зростання і відновлення – поточні втрати будуть відчуватися і через рік, і через два. Причому найтуристичніші міста виявляться найбільш постраждалими – це і Венеція, і Флоренція, і Рим.

Туристичні компанії Італії вкінці 2020 року заявили, що вперше за всю історію бачать рік з нульовим прибутком і 100 % скасуванням бронювання. «Сезонні» курортні острови, такі як Капрі і Іскья, отримали трохи більшу користь в 2020 р. від підтримки урядом внутрішнього туризму. Так, річна виручка на острові Іскья в Неаполітанській затоці впала минулого року лише на 50 %. Туристичні компанії країни розраховують, що міжнародні туристи повернуться лише в 2022 році. А поки італійській туристичній індустрії нічого не залишається – тільки продовжувати боротьбу за виживання.

Через пандемію коронавірусу в Італії також значно постраждали ресторани, у які працювали у 2020 році періодично. Для прикладу, згідно з проектом рішення влади Італії, ресторани, бари, кафе-морозиво та кондитерські з 26 жовтня по 24 листопада 2020 р. повинні були закриватися о 18:00 год у будні дні. По неділях і в святкові дні вони мали бути закриті повністю [33].

Харчування на винос в кінці осені в країні було дозволено до 24:00 год, з заборонаю вживання їжі на місці або десь поблизу. Також в Італії в кінці осені зупинилася робота кінотеатрів, театрів, казино, спортзалів, басейнів, спа-салонів.

Крім того, владою країни була підготовлена рекомендація не їздити наприкінці 2020 року в сусідні муніципалітети на громадському або приватному транспорті за винятком підтвердженої необхідності потреби в роботі, навчанні, за станом здоров'я.

У 2021 році посиленні обмеження в Італії діяли з 15 березня по 6 квітня, під час яких були закриті ресторани. 10 з 20 регіонів країни виявилися в «червоному» рівні, де ввели жорсткі обмеження – в цю зону, зокрема, потрапили Рим і Мілан.

У «червоних» регіонах люди могли виходити з дому тільки в разі, якщо необхідно їхати на роботу або через погіршення стану здоров'я. Ресторани, бари (втім, вони могли працювати на доставку), спортзали, салони краси, школи і магазини, які продають товари не першої необхідності були закриті, Також заборонялося виїжджати за межі «червоного» регіону. Навчання в школах відбувалося дистанційно. Всього з 15 березня 6,9 мільйона учнів не пішли в школу у країні.

У «помаранчевих» регіонах країни також не працювали впродовж зазначеного періоду заклади харчування, зате всі магазини були відкриті. У «жовту» зону не потрапив жоден регіон, а «білий» рівень ввели в Сардинії – там були мінімальні обмеження: зокрема, бари і ресторани там були відкриті і могли працювати до 22:00 і 23:00 год. Відповідно [34].

У 2021 році, в Італії як і в Туреччині, обов'язковими стануть анкетування гостей при заселенні в готель і контроль температури тіла: якщо вона перевищить

37,5 градусів, в розміщенні відмовлять. Разом з ключами від номера постояльці отримують термометри, щоб відстежувати свій стан самостійно [33].

До персоналу в 2021 році вимоги жорсткіші: обов'язковий контроль температури тіла 3 рази в день. Скрізь на території готелів країни будуть дотримуватися принципу соціального дистанціювання. Гості повинні знаходитися мінімум в 1 м один від одного. У зв'язку з цим в ресторанах скасують самообслуговування і збільшать відстань між столами, харчування організують позмінно. Природно, всюди будуть розставлені дозатори з дезінфікуючим гелем, все стануть частіше чистити і прибирати. У дні заїздів і виїздів всі номери будуть повністю знезаражуватися озоном, ультрафіолетовими променями або будь-яким іншим дозволеним способом.

Мабуть, найцікавіше – це пляж. Умови готелів Італії в 2021 році дозволяють виділити 50 м² на кожну парасольку, що дозволить гостям відчувати себе комфортно. При цьому межі кожного квадрата позначають символічно: кілочками і мотузками. Природно, що далеко не скрізь в Італії умови розміщення туристів будуть однаковими У старих курортних регіонах (Амальфітано, Ріміні, Лігурія і ін.) гості будуть розміщуватися щільніше, так як простір на пляжах буде обмежений. Проте, дискусія з цього приводу ще триває. Але вже відомо, що від ідеї встановити пластикові перегородки між лежачками в країні вирішено відмовитися.

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

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

Зазвичай італійський туризм ділиться на 50 % іноземних туристів і 50 % італійських відвідувачів. У цьому році очікується зростання внутрішнього туризму, що буде диктувати перші ознаки відновлення.

Що стосується більш довгострокових змін в туризмі, то очікується, що туризм в Італії стане зеленішим і розміреним. Після кризи з'явиться можливість зайнятися питанням стійкості і новими способами пропозиції і розвитку туризму.

Багато італійських жителів, гості та навіть ті, хто працює в туристичній індустрії, кажуть, що зараз настав час змін, і багато хто з гарячих точок туризму Італії, як відомо, в останні роки бореться з надмірним напливом туристів.

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

У той час як італійський туризм може виглядати дещо інакше в майбутньому, прогнозується, що з економічної точки зору, може не знадобитися багато часу, щоб туризм в Італії повернувся до показників 2019 року.

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

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

3.2. Стратегія розвитку туризму в Італії під час пандемії

Карантин і заборона на подорожі, введені в багатьох країнах світу змусили кардинально поміняти стратегії просування туризму в різних країнах світу. Представництвам по туризму стали недоступні такі популярні заходи по просуванню, як бізнес-зустрічі, рекламні та прес-тури.

Більш того, перспективи відновлення туризму в світі поки представляються туманними, а це значить, що в офісах по туризму тепер доводиться міняти стратегію просування – не притягнення нових туристів найближчим часом, а робота на перспективу і підтримання іміджу.

З введенням глобальних обмежень з подорожей (багато країн світу закрили свої кордони для іноземців) робота офісів по туризму зарубіжних країн змінилася, але не зупинилася.

Співробітники офісів перейшли на віддалену роботу, зв'язок між італійськими колегами перейшов в режим онлайн повністю. Також в онлайн перейшли і всі зусилля з просування зарубіжних країн. Офіси по туризму роблять ставку на емоції, привабливий відеоряд і підтримання іміджу [2].

Влада Сицилії в 2020 році оплачувала туристам половину вартості авіаквитків, а також частину рахунку за готель в рамках стратегії по відновленню туризму на острові після закінчення пандемії коронавірусу.

Крім того, туристи на острові отримували безкоштовні квитки в музеї та на місця археологічних розкопок. Ваучери з пропозиціями були доступні на сайті Visit Sicily. Влада Сицилії готова була витратити минулого року на цю програму 50 млн. євро, в той час як за березень і квітень 2020 р. туріндустрія втратила близько 1 млрд. євро [44].

В Італії 13 % ВВП припадає на туризм, і країна вже шукає способи перезапуску галузі після поетапного виходу з карантину, запланованого на 4 травня 2021 року. Серед заходів, запропонованих регіональними офісами по туризму – соціальне дистанціювання на пляжах.

Італія є однією з епідеміологічно несприятливих країн. Вона стоїть на другому місці за кількістю смертей пацієнтів від коронавірусу після США.

Просування Італії на зовнішніх ринках триває, але методи змінилися з урахуванням ситуації, що склалася [45].

З прямою рекламою на думку влади Італії країні потрібно почекати. Але більшість запланованих ключових заходів, які не вдасться реалізувати в цьому році

(такі, як участь у виставках, проведення воркшопів, фестивалів, презентацій), по можливості в Італії будуть намагатися перевести в онлайн.

ENIT продовжує працювати як в форматі B2B, так і B2C, роблячи щотижневі розсилки новин з Італії для туристичних компаній і журналістів, публікуючи прес-релізи італійських партнерів. Готуються спецпроекти, які в даний момент на узгодженні в Римі.

Представництво по туризму Італії також активно працює в соцмережах. Передплатникам і потенційним туристам пропонуються віртуальні екскурсії по маловідомим містах Італії, відвідування музеїв і спеціальних експозицій і т. д.

ENIT розробив додаток Italia VR-Virtual Reality для Google Play і App Store , скачавши який можна насолоджуватися краєвидами Італії, сидячи на дивані. Інформація в додатку Italia VR-Virtual Reality постійно оновлюється [45].

У 2020 році Італія готувала програму стимулювання внутрішнього туризму. Влада була готова відшкодувати громадянам частину витрат на відпустку – повідомляв портал The Italiantimes.

Йшлося про суму 350-500 євро на подорожі всередині країни. Місцеві мандрівники не перекриють весь туристичний сектор, але ні на що інше Італія в даних умовах розраховувати не могла. За урядовими планами, країна могла почати відкриватися для інтуристів не раніше осені 2020 року, і лише за умов, якщо не буде нових спалахів епідемії Covid-19.

Допомога сектору туризму в Італії, який постраждав від пандемії коронавірусу, обійшлася державі в 2020 році на суму 1,2-1,5 млрд. євро [46].

На сьогодні Італія зацікавлена якомога швидше відновити економіку, яка традиційно орієнтована на туризм. Однак міркування безпеки утримують уряд від кардинальних рішень. Інформація в країні змінюється тричі на день, зараз ніхто не зможе сказати точно, коли ж насправді країна знову відкриється для туристів.

ЄС випустив 13 травня 2020 р. керівництво з питання про те, як можна безпечно відновити подорожі і перезавантажити туризм Європі в 2021 році і в наступний період. Цей посібник містить загальну стратегію відновлення сектора, загальний підхід ЄС до скасування внутрішніх прикордонних обмежень і конкретні

рамки, рекомендації та критерії для безпечного відновлення поїздок і туристичних послуг, включаючи протоколи в області охорони здоров'я.

Для туристичного бізнесу важливі заходи включають велику гнучкість щодо нормативного регулювання державної допомоги, щоб політики могли підтримувати такі заходи, як схеми гарантій щодо ваучерів. Вони є ключовими факторами як для мандрівників, так і для туристичного бізнесу, оскільки сприяють переносу термінів подорожей, а не остаточного скасування бронювань, а також стимулюють місцеві пропозиції в сфері туризму [47]. Крім того, програма ЄС по відновленню туристичної діяльності забезпечує фінансову підтримку короткострокових і сезонних схем роботи, що дозволяє компаніям зберігати робочі місця. ЄС також підтвердив свою прихильність сприяння сталому туризму відповідно до Європейської зеленої угоди і зобов'язався скликати конференцію з питань туризму за участю установ ЄС, зацікавлених сторін галузі, представників регіонів і міст для спільної розробки «Європейського порядку денного з питань туризму до 2050 року».

Туристична галузь не вийде з кризи COVID-19, не зазнавши повторних шоків. Однак вона відома своєю здатністю протистояти економічним спадам і кризам, як це було під час епідемії атипової пневмонії (SARS) в 2003 році і в період глобальної фінансової кризи 2008-2009 років. Тому туристична галузь може зіграти ключову роль в поживленні світової економіки після завершення кризи через пандемію. Завдання «відновити краще, ніж було» після пандемії може тісніше пов'язати туризм з цілями в галузі сталого розвитку та дозволить створити більш екологічну, інклюзивну і стійку туристичну галузь з гідною працею для всіх її працівників.

Зараз країни ЄС хочуть перейти до системи, яка дозволить туристам подорожувати в залежності від того, чи зробили вони щеплення від COVID-19, перехворіли ним або надали негативний тест. Ця система буде аналогічна «ковід-паспортами» для європейців, які країни альянсу попередньо домовилися використовувати для поїздок всередині ЄС.

Які правила повинні застосовуватися, якщо турист збирається відвідати кілька країн Євросоюзу, країни блоку ще не обговорювали.

Отож, карантин і заборона на подорожі, введені в багатьох країнах світу змусили кардинально поміняти стратегії просування туризму в різних країнах світу. Представництвам по туризму стали недоступні такі популярні заходи по просуванню, як бізнес-зустрічі, рекламні та прес-тури.

У 2020 році Італія готувала програму стимулювання внутрішнього туризму. Влада була готова відшкодувати громадянам частину витрат на відпустку. Йшлося про суму 350-500 євро на подорожі всередині країни. Місцеві мандрівники не перекриють весь туристичний сектор, але ні на що інше Італія в даних умовах розраховувати не могла.

Представництво по туризму Італії активно працює в соцмережах. Передплатникам і потенційним туристам пропонуються віртуальні екскурсії по маловідомим містах Італії, відвідування музеїв і спеціальних експозицій і т. д .

ENIT розробив додаток Italia VR-Virtual Reality для Google Play і App Store , скачавши який можна насолоджуватися краєвидами Італії, сидячи на дивані. Інформація в додатку Italia VR-Virtual Reality постійно оновлюється.

На сьогодні Італія зацікавлена якомога швидше відновити економіку, яка традиційно орієнтована на туризм. Однак міркування безпеки утримують уряд від кардинальних рішень. Інформація в країні змінюється тричі на день, зараз ніхто не зможе сказати точно, коли ж насправді країна знову відкриється для туристів.

ВИСНОВКИ

Обмеження на переміщення, соціальне дистанціювання та карантинні заходи, покликані зменшити поширення вірусу, звичайно, впливають на економіку, але не є ключовими проблемами. Набагато більший вплив на економіку надають збільшення термінів доставки вантажів і нові особливості митного декларування.

Наслідки COVID-19 можна розділити на короткострокові, які почали проявлятися з першого дня пандемії, і на довгострокові, які будуть переслідувати світову економіку багато років.

Туризм, один з найбільш динамічних і трудомістких секторів нашого часу, виявився в числі найбільш постраждалих внаслідок нинішньої кризи. На карту поставлені засоби до існування мільйонів людей, і їм необхідно надавати підтримку.

У міру того, як країни поступово знімають обмеження на поїздки і туристична діяльність у багатьох частинах земної кулі потроху відновлюється, охорона здоров'я повинна залишатися пріоритетним завданням, а скоординовані протоколи охорони здоров'я, які захищають трудящих, населення і подорожуючих, одночасно підтримуючи компанії і їх працівників, повинні неухильно дотримуватися.

Необхідно активізувати міжнародне співробітництво, особливо в питаннях обмежень на поїздки і прикордонного контролю, з тим щоб зберегти джерела, що забезпечують людей засобами до існування, і підтримати економіку, проявивши відповідальність і солідарність. Необхідно продовжувати та активізувати такі зусилля, які всього через кілька тижнів після спалаху епідемії були зроблені Групою Світового банку (ГСБ), Азіатським банком розвитку (АБР), Європейським банком реконструкції та розвитку (ЄБРР) з метою прискорення відновлення туристичного сектора за трьома напрямками пакету технічної допомоги з метою відновлення туризму в зв'язку з COVID-19, з акцентом на збереження людського капіталу, а також адаптацію і посилення інтеграції.

Криза також дає можливість переосмислити роль і місце сектора туризму і його внесок в досягнення цілей в галузі сталого розвитку, в охорону природи і виконання Паризької угоди про зміну клімату; можливість працювати в напрямку формування більш сталого та інклюзивного туристського сектора, який володіє підвищеним потенціалом протидії лихам.

Лише колективними зусиллями і за допомогою міжнародного співробітництва можливо перетворити туризм, збільшити його внесок в реалізацію Порядку денного на період до 2030 року та зробити його інклюзивним та вуглецево нейтральним сектором, який буде активно використовувати інновації і досягнення цифровізації, брати до уваги цінності і враховувати потреби і інтереси місцевого населення і забезпечувати гідні можливості зайнятості для всіх, не залишаючи нікого позаду.

До пандемії туризм був провідним і стійким сектором економіки, особливо з урахуванням тодішньої невизначеності. Значну частку прибутків від туризму отримували багато країн світу, в тому числі і Італія.

У 2018 році в Італії було зафіксоване підвищення туристичного попиту на 3,5 %, в цифровому вираженні кількість туристів становила 109,5 млн. чоловік. При цьому на 4,5 % в порівнянні з аналогічним періодом 2017 року збільшилось і число ночівель, досягнувши рівня в 211,3 млн. ночівель. Зростання відбулося за рахунок збільшення присутності внутрішніх туристів на 4 % і іноземців – на 5,1 %. Частка іноземної складової попиту, зареєстрована за період з січня по грудень 2018 року, становить 50,5 %.

У 2019 році Італія випередила Францію за кількістю ночівель іноземних туристів (214 і 140 млн. ночівель відповідно). У Італії і Франції в річному вираженні ці показники зросли (+2 і + 5 %), а у Іспанії знизилися на 1,4 %.

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

У минулому році нестача туристів в Італії – протилежність тієї проблеми, що існувала раніше, овертуризму. Адже, до початку пандемії найбільш відомі місця

Італії страждали від переповненості, особливо в розпал літнього сезону і свят. Зараз місцеві жителі і навіть ті, хто працює в туризмі, кажуть, що не хочуть повернення масового туризму. На їхню думку, прийшов час якісних змін.

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

Оскільки авіаційна галузь Італії за весь період 2020 р. продовжувала страждати від слабкого попиту на поїздки на тлі поширення коронавірусу по всьому світу, рівень зайнятості в даній сфері в країні продовжував знижуватися. Так, в Італії в зоні ризику опинилися 22 % зайнятих в сфері туризму, що становить понад 1,2 млн чоловік.

Крім того, в Італії минулого року відбулося експоненціальне зростання неповної зайнятості, оскільки економічні наслідки спалаху вірусу призвели до скорочення робочого часу і заробітної плати.

На сьогодні Італія зацікавлена якомога швидше відновити економіку, яка традиційно орієнтована на туризм. Однак міркування безпеки утримують уряд від кардинальних рішень. Інформація в країні змінюється тричі на день, зараз ніхто не зможе сказати точно, коли ж насправді країна знову відкриється для туристів.

Зазвичай італійський туризм ділиться на 50 % іноземних туристів і 50 % італійських відвідувачів. У цьому році очікується зростання внутрішнього туризму, що буде диктувати перші ознаки відновлення.

Що стосується більш довгострокових змін в туризмі, то очікується, що туризм в Італії стане зеленішим і розміреним. Після кризи з'явиться можливість зайнятися питанням стійкості і новими способами пропозиції і розвитку туризму.

Багато італійських жителів, гості та навіть ті, хто працює в туристичній індустрії, кажуть, що зараз настав час змін, і багато хто з гарячих точок туризму Італії, як відомо, в останні роки бореться з надмірним напливом туристів.

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

У той час як італійський туризм може виглядати дещо інакше в майбутньому, прогнозується, що з економічної точки зору, може не знадобитися багато часу, щоб туризм в Італії повернувся до показників 2019 року.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Экономические последствия коронавируса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zubrcapital.com/ru/blog/ekonomicheskie-posledstviya-koronavirusa>.
2. COVID-19 Travel Industry Research. U.S. Travel Association, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ustravel.org/toolkit/covid-19-travel-industry-research>.
3. Global Travel: Data, Models, and Intelligence, Tourism Economics, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tourismeconomics.com/>.
4. Mappa del turismo responsabile in Italia. AITR, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aitr.org/mappa-del-turismoresponsabile-in-italia/>.
5. Світовий атлас даних [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://knoema.ru/atlas>.
6. ILO Global Summit: COVID 19 and the world of work. July 1-2 & 7-9, 2020. Virtual Meeting, available at: <https://global-summit.ilo.org/>.
7. ILO, Sectoral Brief, The impact of COVID-19 on the tourism sector, May 2020.
8. ILO Monitor, COVID-19 and the world of work. Third Edition, 29 April 2020, ILO and ILO, Sectoral Brief, The impact of COVID-19 on the tourism sector, May 2020.
9. The Impact of COVID-19 on the United States Travel Economy. Analysis. April 15, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ustravel.org/sites/default/files/media_root/document/Coronavirus2020_Impacts_April15.pdf.
10. WHO Guidelines for Accommodation, May 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/331638/WHO-2019-nCoV-Hotels-2020.1-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, and World Tourism Organization, «Priorities for Recovery», 2020, available at <https://webun-wto.s3.eu-west1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/UNWTO-Priorities-for-Global-Tourism-Recovery.pdf>.
11. UNWTO, European Network for Accessible Tourism and Fundación Once, «Reopening Tourism for Travelers with Disabilities: How to Provide Safety Without

Imposing Unnecessary Obstacles», August 2020, available at [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-08/REOPENING.pdf>.

12. Карта коронавирусу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://coronavirus-monitor.ru/>.

13. Вінокуров Я. Коронавірус загрожує 50 мільйонам робочих місць у світі. Hromadske Int, 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hromadske.ua/posts/koronavirus-zagrozhuje-50-miljonam-robochih-misc-u-sviti-doslidzhennya>.

14. Карантин. Як світ рятує туристичну галузь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3090351-karantin-ak-svit-ratue-turisticnu-galuz.html>.

15. Воронина А. Б. Территориальная структура рекреационной деятельности на особо охраняемых природных территориях Крыма и пути ее оптимизации. Диссертация на соискание уч. степ. канд. геогр. наук. Симферополь, 2016. – 231 с.

16. Ердаuletov С. Р. Артемьев А. М. Туристско-рекреационные ресурсы регионов Казахстана // География и туризм. – 2010. – Вып.8. – с. 22-55.

17. Николаева К. А., Королев А. Ю. Туристское районирование Италии // География и туризм. – 2011. – Т. 10. – с. 88-92.

18. Города и регионы Италии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://allitaly.net/goroda-italii/>.

19. Зырянов А. И., Королев А. Ю. Туристское районирование горных территорий // Вестник Московского ун-та. Сер. 5. – География. – 2009. – № 6. – с. 19-25.

20. Зырянов А. И., Зырянова И. С. Самостоятельные путешествия. Маршрутное планирование. Пермь: Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2015. – 154 с.

21. Италия стала вторым по популярности туристическим направлением в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://internationalinvestment.biz/tourism/353-italiya-stala-vtorym-po-populyarnosti-turisticheskim-napravleniem-v-mire.html>.

22. Бокерия С.А., Данилов В.В. Особенности культурной дипломатии Италии на современном этапе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Международные отношения. – 2019. – Т. 19. – № 4.
23. Василенко Е. В. «Мягкая сила» имиджевой политики Италии // Мир и политика. The Scientist. – 2013. – № 10. – с. 222-232.
24. Елескина О. В. Некоторые аспекты культурной политики ЕС // Вестник КемГУ. – 2015. – № 3-2 (63). – с. 115-119.
25. Nye Jr. J.S. Soft Power: The Origins and Political Progress of a Concept// Palgrave Communications. – 2017. – Vol. 3. – p. 1-3.
26. Pajtinka E. Cultural Diplomacy in Theory and Practice of Contemporary International Relations // Political Sciences. – 2014. – No. 4. – p. 95-108.
27. World Tourism Organization UNWTO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org>.
28. Венеція без венеційців. Чи перетвориться місто на музей під відкритим небом? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hromadske.ua/posts/veneciya-bez-venecijciv-chi-peretvoritsya-misto-na-muzej-pid-vidkritim-nebom>.
29. Всесвітня організація охорони здоров'я [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.who.int/ru>.
30. Италия останется закрытой для туристов до конца года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2020/04/26/italiia-ostanetsia-zakrytoj-dlia-turistov-do-konca-goda.html>.
31. Туристы покидают Италию: на страну надвигается экономическая катастрофа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tourprom.ru/news/47900/>.
32. Хронология распространения COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Хронология_распространения_COVID-19.
33. В Італії нові обмеження: ресторани і бари будуть закривати о 18:00 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.eurointegration.com.ua/rus/news/2020/10/25/7115706/>.

34. Закрытые школы и рестораны: в регионах Италии усиливают карантин. На Пасху в стране введут локдаун [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hromadske.ua/ru/posts/zakrytye-shkoly-i-restorany-v-regionah-italii-usilivayut-karantin-na-pashu-v-strane-vvedut-lokdaun>.

35. Італія відкрила свої кордони для туристів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.dw.com/uk/>.

36. Когда откроется Италия и можно будет снова поехать в Рим, Венецию, Милан и на Сицилию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.skyscanner.ru/news/kogda-mozhno-snova-poeihat-v-italiiu>.

37. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>.

38. Турбизнес в Италии втратит 80 % [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20200529/1572159069.html>.

39. Туристичний бізнес під час пандемії: висновки та ключові інсайти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eba.com.ua/turystychnyj-biznes-pid-chas-pandemiyi-vysnovky-ta-klyuchovi-insajty/>.

40. Как изменится туризм после пандемии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2020/09/08/839181-kak-izmenitsya-turizm-posle-pandemii>.

41. Через пандемію COVID-19 Італія очікує цьогогоріч прийняти вдвічі менше туристів, ніж у попередні роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3046658-kilkist-turistiv-u-italii-cogoric-vpade-na-50.html>.

42. Як регіони Італії готуються до відкриття літнього сезону [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dip.org.ua/italiya/yak-regioni-italii-gotuyutsya-do-vidkrittya-litnogo-sezonu/>.

43. Обновленная информация по COVID-19: полезная информация для туристов [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.italia.it/ru/informacija/obnovlennaja-informacija-po-covid-19-poleznaja-informacija-dlja-turistov.html>.

44. Сицилія після карантину планує оплатити туристам кожну третю ніч у готелі! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lowcostavia.com.ua/sicily-tourism-stimulation/>.

45. Туристические новости Италии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://saletur.ru/news/%D0%98%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%8F/>.

46. Італія готується до відродження туризму: яка ситуація на місцевих пляжах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unian.ua/tourism/newsphoto/litnya-vidpustka-2020-italiya-vidkrivayetsya-dlya-turistiv-3-cherivnya-foto-11007869.html>.

47. Мэр Римини: «Наша цель – вновь сделать город европейской столицей курортного туризма» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/characters/2019/04/02/798110-mer-rimini>.

48. Италия планирует возобновить туризм со 2 июня [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.eurointegration.com.ua/rus/news/2021/04/9/7121931/>.