

UDC 330

**Economic Factors for Development of Tourism in Italy**<sup>1</sup> Evgeniya Y. Zhuravleva<sup>2</sup> Irina N. Markaryan

<sup>1</sup> Sochi branch Russian State Social University, Russia  
151/1, Plastunskaya street, Sochi city, 354000  
student

<sup>2</sup> Sochi branch Russian State Social University, Russia  
151/1, Plastunskaya street, Sochi city, 354000  
PhD (Economy), associate professor  
E-mail: tara\_999@mail.ru

**Abstract.** The article features a detailed analysis of successful development of tourism in Italy. A rapid development of tourism has led the country to the 1 place on the list of 10 top world tourist destinations.

**Keywords:** tourism; economy; transport; tourist agencies.

Положение Италии в центре Средиземноморского бассейна, на перекрестке торговых путей между западом и Востоком, всегда играло и играет важную роль в жизни страны. В XX веке особое значение приобретает положение Италии на пути от стран Ближнего Востока с их богатыми нефтяными месторождениями к индустриальным районам Зарубежной Европы, промышленность которых потребляет ближневосточную нефть.

Италия – типичная средиземноморская страна, расположенная в центральной части Южной Европы.

С бурным развитием воздушного транспорта, особенно после II мировой войны, страна оказалась на перекрестке важнейших мировых воздушных путей, соединяющих между собой страны Европы, Америки, Азии и Африки.

Климат Италии благоприятно влияет на развитие туризма в стране. Большую часть года на всей территории Италии преобладает мягкий климат, купальный сезон длится с мая по октябрь, горнолыжный сезон – с декабря по март.

Одна из причин популярности Италии среди туристов это ее богатейшая история, состоящая из множества этапов, пронизанных интригами, закулисными историями и предательствами, богатых архитектурными постройками, произведениями искусства и литературы, отличающимися своей развитостью во всех сферах жизни общества. Безусловно, культурный фактор играет одну из главных ролей в развитии и становлении Италии как туристической державы.

В Италии присутствуют практически все факторы, способствующие развитию туризма: благоприятный климат, красивейшая природа, изобилие достопримечательностей, множество морских курортов, отличная кухня, хорошая отельная база, отличное транспортное сообщение (авиа, автомобильное, железнодорожное, морское), доброжелательное население.

Италия – экономически высокоразвитое государство, где много внимания уделяется развитию непроеизводственной сферы услуг. Особняком в непроеизводственной сфере является туризм. Ему уделяется огромное внимание в политике страны. Итальянцы уже наладили все необходимое для приема, проживания, обслуживания и охраны туристов из других стран. Но, они не останавливаются на достигнутом и концентрируют свое внимание именно на тех проблем, которые являются насущными на данный момент.

Сейчас интенсивно ведется строительство новых и реконструкция старых отелей. Многие из них уже устарели и, сейчас в них производится модернизация. Постоянно ремонтируются и реставрируются памятники архитектуры и искусства. Италия располагает широкой сетью гостиничных и негостиничных предприятий. К негостиничным предприятиям, предоставляющим дополнительные места размещения, относятся кемпинги, частные квартиры, туристские деревни, альпийские приюты, дома отдыха и др. При этом

доля гостиниц составляет 67 %, частных квартир – 21 %, кемпингов и туристских деревень – 5 %, прочих учреждений – 7 %. Среди негостиничных предприятий на первом месте по числу принимаемых туристов свыше 2000 кемпингов и туристских деревень. В общем количестве туродней, проводимых туристами в дополнительных средствах размещения, на кемпинги и туристские деревни приходится более 70 %.

Наиболее динамичными подразделениями в сфере туристского размещения являются «прочие предприятия». Их количество постоянно увеличивается, но в то же время уменьшается количество частных квартир, используемых для приема туристов. Эксперты считают, что необходимо повысить категорию многих предприятий гостиничного типа и соответственно – качество обслуживания.

Помимо модернизации и улучшения условий для туризма, итальянские власти почти каждого города стремятся создать все необходимое для туризма каждый у себя. Предпринимаются меры по борьбе с преступностью в крупных городах (сами итальянцы заинтересованы в этом). Создается мощная информационная сеть, как в городах, так и в стране в целом: везде есть надписи на английском языке, каждый полицейский также владеет этим интернациональным языком – потеряться в итальянском городе так же сложно, как в своем родном.

В Италии существует государственная организация ENIT, которая имеет отделения в каждой области. Основная цель ENIT – пропаганда туристических возможностей Италии: выпускаются и бесплатно распространяются в Италии, на всех международных туристических выставках (кстати, в Италии проходит один из 4-х крупнейших туристических форумов BIT (Borsa Italiano Turismo) специальные брошюры, карты, схемы, рекламные материалы. В каждом городе существуют бесплатный информационный туристический офис, где можно получить любую информацию, забронировать гостиницу, заказать экскурсию, получить карты и т.д.). Более того, некоторые области оказывают дополнительную финансовую поддержку туристической отрасли: Сицилия, Кампания, Калабрия, Фриули-Венеция-Джулия. Примером их деятельности являются специальные туры для журналистов, специалистов турбизнеса из зарубежных стран (потенциальных поставщиков туристов), реклама на телевидении, радио, наружная реклама, публикация рекламных материалов, организация специальных выставок и work-shop, участие в туристических биржах и выставках, специальные акции (например, неделя музеев – в течение которой входные билеты в музеи бесплатны).

Благодаря растущей популярности Италии в сфере туризма определенные «дивиденды» получают многие смежные отрасли непродуцированной сферы, связанные с предоставлением услуг населению: пищевая промышленность, производство одежды, обуви, отельный бизнес, вся сфера услуг, транспортные компании, ассоциация гидов и т.д.

Благодаря росту туризма появляются дополнительные рабочие места постоянные и сезонные для молодежи, студентов (в летний период).

Благодаря туризму растет авторитет Италии на мировой арене, Италию часто выбирают местом проведения международных спортивных соревнований (Зимняя Олимпиада 2006 г, чемпионат мира по горным лыжам 2005 г.), международных семинаров, выставок, симпозиумов, съездов, политических саммитов.

Таким образом, экономические предпосылки для развития туризма не самые важные, но их нельзя не принимать в расчет. Дело в том, что как бы ни была страна богата историей, культурой и памятниками, многое зависит именно от уровня экономического развития страны и от условий, создаваемых в этой стране для развития туризма. Оказывается поддержка туристической отрасли на государственном уровне, так как туризм в Италии является одной из перспективных направлений экономики.

#### **Примечания:**

1. Гусьяков С.А. География туризма. Мн.: Издательство деловой и учебной литературы, 2009.
2. Дмитриевский Ю.Д. Туристские районы мира. Смоленск: СГУ, 2010.
3. Романова Э.П. Типы территорий Италии, обеспечивающих различные формы отдыха. Минск: Белорусская наука, 2010.
4. Информационный сайт, посвященный туризму в Италии [www.initaly.com](http://www.initaly.com).

УДК 330

### **Экономические факторы развития туризма в Италии**

<sup>1</sup> Евгения Юрьевна Журавлева

<sup>2</sup> Ирина Николаевна Маркарян

<sup>1</sup> Российский государственный социальный университет филиал в г. Сочи, Россия  
354000, г. Сочи, ул. Пластунская, 151/1  
студент

<sup>2</sup> Российский государственный социальный университет филиал в г. Сочи, Россия  
354000, г. Сочи, ул. Пластунская, 151/1  
Кандидат экономических наук, доцент  
E-mail: tara\_999@mail.ru

**Аннотация.** В статье содержится подробный детальный анализ успешного развития туристской отрасли Италии. Динамичное развитие туризма в стране позволяет ей сохранять лидирующее положение в мире и занимать первое место по количеству туристов.

**Ключевые слова:** туризм; экономика; транспорт; туристские предприятия.