

Тема: Италия

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	5
1.1. Политико-экономическая характеристика Италии	5
1.2. Социокультурная характеристика Италии	10
1.3. Историко-культурная характеристика Итали	13
2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	15
2.1. Обоснование вида туристского маршрута. Характеристика вида туризма	16
2.2. Характеристика инфраструктуры туризма	20
2.3. Анализ рынка предложений по данному виду туризма. Проблемы и перспективы развития данного вида туризма	23
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	29
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	31

ВВЕДЕНИЕ

Туризм — это временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства из мест постоянного проживания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

Турист - гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 ч до 6 мес. подряд или осуществляющий не менее одной ночевки. При этом экскурсант — это гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период менее 24 ч и без ночевки в посещаемой стране.

Всемирная организация здравоохранения (далее — ВОЗ) объявила «чрезвычайную ситуацию в области общественного здравоохранения, имеющую международное значение». Ситуация развивается очень стремительно, ежеминутно растет число заболевших и погибших. Медицинские и научные издания по всему миру объединились для проведения исследований. Этот вирус затронул все страны и сферы деятельности.

Объект: развитие туризма в Италии.

Предмет: Италия.

Цель данной работы: охарактеризовать развитие туризма в Италии.

Задачи данной работы:

1. Дать политико-экономическую характеристику Италии.
2. Представить социокультурную характеристику Италии.
3. Охарактеризовать историко-культурное развитие Италии.
4. Проанализировать развитие туризма в Италии.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

1.1. Политико-экономическая характеристика Италии

Стране, расположившейся в центре Средиземноморья, на юге Европы, в этой статье дана не только экономическая и географическая, но и политическая характеристика. Италии (Итальянской Республике) с её третьей европейской экономикой по величине свойственна такая отличительная черта, как насыщенность историческими памятниками искусства, культуры, зодчества, и об этом тоже пойдёт речь.

Площадь страны составляет 301 200 квадратных километров, которые поделены на двадцать областей, разделяющихся, в свою очередь, на девяносто пять провинций. И деление на этом не заканчивается: в Италии существуют восемь тысяч провинциальных коммун¹.

В Средиземноморье Италия занимает важнейшие позиции, поскольку находится прямо в центре главных путей от ближневосточных стран, богатых нефтью, к индустриальной Западной Европе - главной потребительнице этих богатств. Очень выгодное географическое положение занимает Италия.

Характеристика страны почти целиком зависит от него, поскольку влияет и на экономическое, и на политическое положение страны в Европейском союзе, где она членствует с момента его создания. Особенностью столь высокого места является и то, что именно в Италии расположились два весьма значимых самостоятельных государства - Ватикан как резиденция главы христианства планеты и Сан-Марино, старейшая республика в Европе с Конституцией от 1600 года.

Это самая маленькая страна и самая гордая - с огромной неохотой подчиняется Совету Европы и всячески противилась вступлению в Евросоюз.

¹ Ильина Е.И., «Основы туристской деятельности», Москва, 2004г. - 246с.

Однако даже Италия диктует республике, как ей надлежит жить: запретила Сан-Марино открывать игорные дома и даже иметь собственное телевидение, деньги и таможню.

Правда, Италия эти ограничения частично финансово компенсирует. Паломники, миллионами посещающие Ватикан, а также туристы, в неменьшем количестве стремящиеся в Сан-Марино за достопримечательностями, приносят Италии гораздо более ощутимую выгоду - доходы просто огромны.

Чтобы экономико-географическая характеристика Италии была достаточно полной, необходимо обозначить и обеспеченность её всевозможными природными ресурсами, в том числе и полезными ископаемыми, поскольку редкая страна может выстроить экономику посредством одного туризма.

Нужно отметить, что эта страна сырьём и энергетикой обеспечена, не только неравномерно, но и недостаточно. Практически все её месторождения невелики по объёму, и залежи для разработки неудобны. Собственной энергией Италия удовлетворяет себя только на 17 процентов.

Недостаток угля ощущается очень остро. В Калобрии, Тоскане, Умбрии и Сардинии есть каменный и бурый уголь, но месторождения невелики. Нефть есть на Сицилии, но тоже весьма ограниченно, обеспечивает только два процента от надобности. Сравнительная экономико-географическая характеристика Италии, например с Германией, ясно показывает, что ресурсами итальянцы бедны. С Россией, естественно, сравнение не будет корректным: коксующихся углей у нас 200 миллиардов тонн только в разведанных залежах, такие же пропорции с газом, нефтью и любыми другими полезными ископаемыми.

С газом лучше: Падуанская равнина и продолжение её - шельф Адриатического моря - дают около 40 процентов требуемого. Обнаружены, но ещё не разрабатываются месторождения природного газа на Апеннинах и на Сицилии, но всё это вместе не более 46 процентов требуемого страной потребления.

Железная руда добывается здесь почти три тысячи лет, запасы очень маленькие, сохранились примерно 50 миллионов тонн на Эльбе и в Аосте, что, конечно же, очень и очень мало. Краткая характеристика Италии в плане ресурсов может звучать так: ресурсов почти нет.

Полиметаллической рудой Италия чуть богаче, к тому же в рудах присутствуют цинк, свинец и серебро, а также примеси и других металлов. Много в стране запасов ртутной руды, киновари, которая залегает в вулканическом массиве Тосканы. Там же есть и пириты.

В Апулии - разработки бокситов, в Сардинии - сурьмяных руд, в Лигурии - марганец. Единственное, чем действительно богата Италия, - это граниты, мраморы, туфы и другие строительные материалы. Знаменитый каррарский мрамор, например, очень дорог. Но его тоже осталось не так много. Составление экономико-географической характеристики Италии нужно начинать с туризма. И, пожалуй, им и заканчивать.

ВВП Италии по своей структуре распределяется так: на сельское хозяйство отдано два процента, на промышленность - 27, а остальные семьдесят с лишним - на услуги, то есть туризм.

Более 70 процентов добываемых минеральных ресурсов и более 80 процентов энергоносителей идут на импорт. В конце двадцатого века начала развитие атомная энергетика, но в 1988 году референдум ее прикрыл. Поэтому без импорта электроэнергии Италия не выживет. Из всей промышленности более других развито машиностроение, автомобилестроение, производится сельскохозяйственная техника. На мировом рынке ценится итальянская мебель, текстиль, керамическая плитка.

В сельском хозяйстве огромное количество маленьких хозяйств (и малорентабельных, особенно на юге Италии) со средней площадью одного примерно в шесть гектаров, что даже для Евросоюза очень и очень мало. Выращиваются чисто средиземноморские продукты - оливки, вино, цитрусовые.

Растениеводство в сельском хозяйстве занимает более 60 процентов, а животноводство - менее сорока.

Вызванный коронавирусом кризис нанёс тяжёлый удар по экономике Италии и отбросил страну в прошлый век, пишет немецкая газета Die Welt. Ситуация усугубляется почти полным отсутствием экономического роста за последние несколько десятилетий. В итоге ВВП Италии сейчас ниже, чем был в конце 1998 года, перед началом существования еврозоны, а это означает, что страна не только не выиграла от единой валюты, но и утратила часть своего благосостояния².

Нынешний экономический спад отбрасывает Италию в эру до еврозоны, пишет немецкая газета Die Welt. Производительность экономики страны сейчас ниже, чем была на момент начала существования зоны евро, а это означает, что Италия приобрела общеевропейскую валюту ценой потери благосостояния.

Во многих странах мира сейчас говорят об исторических экономических показателях, отмечает издание. Германия переживает рецессию века, США — сильнейший спад с 1946 года. Во Франции отмечается худшее падение экономики с начала ведения поквартальной статистики около 70 лет назад, а еврозона погрязла в глубочайшем кризисе в своей относительно короткой истории, подчёркивается в статье.

В Италии характеристика «исторический» приобретает двойное значение, пишет Die Welt. Третья по величине экономика еврозоны при нынешнем падении ВВП на 12,4% не просто переживает самый значительный спад за десятилетия. «Этот кризис полностью перечёркивает скромный рост экономики Италии за последние десятки лет и отбрасывает страну в прошлое столетие», — уверяет автор статьи.

Производительность итальянской экономики сейчас находится на уровне ниже того, который был в стране на момент начала существования

² Хронология распространения COVID-19 [Электронный ресурс]: Википедия. М: ru.wikipedia.org, 2007– 2020. Режим доступа: World Wide Web. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Хронология_распространения_COVID-19 (дата обращения: 22.04.2020).

еврозоны. Это означает, что Италия не только не выиграла от ввода единой валюты, но и потеряла из-за неё часть своего ВВП, поясняет издание.

Конечно, в Испании сокращение ВВП с апреля по июнь было ещё более значительным и составило 18,5%. Однако Испания до начала пандемии делала заметно более серьёзные успехи в развитии экономики. До начала текущего кризиса ВВП Испании составлял 148% по сравнению с тем уровнем, с которым страна вступала в зону евро.

Напротив, в Италии последние пару десятилетий наблюдался практически нулевой рост экономики. ВВП страны на начало пандемии составлял лишь 109% от того уровня, который был у Италии в конце 1998 года. После исторического обрушения экономики на фоне коронавируса ВВП страны составил лишь 91% от того, что было при вступлении Италии в еврозону³.

Таким образом, дела у Италии обстоят ещё хуже, чем у Греции, которая переживала исторический крах в экономике во время кризиса евро в 2010 году. Греция пока не обнародовала данных за второй квартал текущего года, однако, по оценкам экспертов, ВВП страны должен составить около 92,2% от того уровня, который фиксировался в конце 1998 года.

До сих пор правительство в Риме исходило из того, что сокращение ВВП Италии за год составит 8%. Однако по прогнозам Еврокомиссии экономика Италии в этом году может сократиться на 11,2% — сильнее, чем в любой из 27 стран ЕС.

Как напоминает немецкая газета, когда вспыхнула эпидемия, Италия стала наиболее пострадавшей от неё страной в Европе. С февраля в Италии умерли от коронавируса более 35 тыс. человек. Для сдерживания эпидемии правительство в Риме ввело строгие меры, в значительной степени парализовавшие экономическую жизнь страны на долгие недели.

Чтобы справиться с кризисом, Италия, по словам премьер-министра страны Джузеппе Конте, должна получить €209 млрд из фонда восстановления

ЕС, в том числе в виде дотаций на сумму €81 млрд, которые стране не придётся выплачивать самостоятельно.

1.2. Социокультурная характеристика Италии

Италия — край солнца, красоты и радости. Прекрасная природа и сложная история страны повлияли на менталитет её жителей. Мы знаем итальянцев как добрых, общительных и очень эмоциональных людей. Каковы же итальянцы на самом деле и чему мы можем у них поучиться?

Итальянцы очень общительны и дружелюбны. Для них в порядке вещей завести разговор с официантом, таксистом, продавцом мясной лавки или просто человеком в очереди. Не сомневайтесь, уже через пять минут после знакомства вы начнёте болтать с коренным жителем солнечной Италии, как лучшие друзья. Здесь принято улыбаться прохожим на улице.

При поездке на родину пиццы и пасты стоит учесть, что у местных жителей особое понимание личных границ человека: мужчины часто делают комплименты проходящим женщинам, и это ни к чему не обязывает. При встрече, даже с незнакомцами, принято обниматься, а при прощании — целоваться в щеки.

Все, от подростков до пенсионеров, любят собираться большими компаниями и проводить вместе время. Итальянцы, как правило, знают всех своих соседей и общаются даже с дальними родственниками.

Первое, что бросается в глаза при общении с итальянцами — это их эмоциональность. Во время разговора они активно жестикулируют и могут говорить довольно громко. На улице запросто можно встретить парочку, громко выясняющую отношения: и это не будет означать, что влюблённые

³ Мировой атлас данных [Электронный ресурс]: Кноема. М: knoema.ru, 2007–2020. Режим доступа: World Wide Web. URL: <https://knoema.ru/atlas> (дата обращения: 22.04.2020).

разругались - просто у них такая манера общения и проявления своих чувств. В этом они очень похожи на испанцев⁴.

Своё одобрение итальянцы тоже могут выражать очень эмоционально. Иногда бывает очень сложно понять — вас ругают или, наоборот, хвалят.

Жизнь в розовом цвете: характерные черты французского менталитета

Дольче вита: итальянские менталитет и образ жизни

Семья - самое важное в жизни итальянцев. Они чтят семейные традиции и с огромным уважением относятся к старшим: особенно к матерям и бабушкам. Именно они являются настоящими главами семьи.

Детей принято баловать и позволять им всё. Поэтому иностранцу может показаться, что итальянские дети очень громкие и капризные.

Конфуцианство, любовь к еде и другие особенности китайского менталитета

Отношение итальянцев к жизни можно описать одной популярной у них фразой: «Non vogliamo vivere in eterno, bensì vivere intensamente», что переводится как «Не в наших планах жить вечно, в наших планах жить ярко». Как и другие южные народы, итальянцы очень ценят мелочи жизни и много времени уделяют удовольствиям. Они умеют наслаждаться искусством, едой и любовью: наверное, именно поэтому итальянцы так хороши в этих сферах.

Итальянцы — настоящие гурманы! Вы не увидите здесь человека, который будет есть разогретую пасту. Они считают, что едой нужно наслаждаться. Каждый кусочек должен приносить удовольствие. Поэтому вы не увидите итальянца, жующего на ходу. Скорее всего, это приезжий. А если коренной житель увидит вас со стаканчиком кофе на вынос, то может громко осуждать.

Наконец, один из главных принципов жизни итальянцев — это сохранение внешнего лоска. Для них очень важно казаться правильными в глазах общества и всегда хорошо выглядеть. И мужчины, и женщины, особенно

⁴ Биржаков М.Б., Введение в туризм. - СПб: Издательский Торговый Дом "Герда", 2000. - 367с.

молодые, следят за собой и выходят из дома только «при полном параде». Хотя на улицах часто можно встретить и пожилых леди и джентльменов, одетых и причёсанных по последней моде.

Итальянцы ценят красоту, поэтому они тщательно подбирают одежду, интерьеры, украшают витрины. Даже еда, подаваемая на стол, должна быть эстетичной.

Чем же жизнь в Италии отличается от жизни в других европейских странах? Как и в других южных регионах, здесь очень чтут право на отдых, и в послеобеденные часы вы вряд ли найдёте открытый ресторан или магазин. Общественная жизнь пробуждается ближе к вечеру, когда местные собираются на семейные ужины или встречаются с друзьями в барах.

Принимать пищу принято в одно и то же время: обед - всегда около часа, ужин - не позже восьми и не раньше семи.

Ужин - это целый ритуал. К нему обязательно подают аперитив, закуски и вино. Порции небольшие, но готовят только из качественных свежих продуктов. После еды итальянцы обычно пьют кофе.

Самое популярное средство передвижения - мопед или велосипед. Распространены долгие прогулки и походы по магазинам: возможно, в этом заключается секрет стройности итальянцев без всяких диет.

В Италии считается нормальным для мужчины долго жить с родителями. Часто они остаются с ними даже после 30, а свою семью создают поздно. Женщины тоже предпочитают рожать не детей не раньше этого возраста, предпочитая насладиться молодостью. Причин множество: начиная от культурных традиций и заканчивая экономической обстановкой. Не всегда просто приобрести своё жильё, а разводы очень долгие, сложные и дорогие. Поэтому итальянцы серьёзно относятся к поиску мужа или жены, ведь это на всю жизнь.

1.3. Историко-культурная характеристика Италии

На северо-западе Италия граничит с Францией на протяжении 488 километров, далее Швейцария - 740 км, и север границы занимает Австрия - 430 километров, а также на северо-востоке и севере Словения - 232 километра. Внутри страны тоже имеются границы: с Ватиканом (город Папы Римского) - три километра и двести метров и Сан-Марино - 39 километров.

Характеристика Италии отличается от многих других стран количеством водных ресурсов. Восемьдесят процентов границ страны проходят по морям - Адриатическому, Лигурийскому, Ионическому, Средиземному и Тирренскому. Береговая линия имеет протяжённость 7375 километров. Рек много, самые крупные - Пьяве, Рено, Адидже, Тибр, По.

Трасимено, Больсена. Характеристика Италии не может обойтись без упоминания о курортно-туристических зонах, из которых и состоит практически вся эта страна.

Здесь множество бальнеологических здравниц, поскольку повсеместно имеются как термальные источники - до 39 градусов по Цельсию, так и холодные: минеральные гидрокарбонатные, кальциевые, серосодержащие с большим содержанием хлора, йодистых, бромистых солей, которые при определённых заболеваниях используются как питьевые и для ванн.

Характеристика Италии с географической точки зрения начинается с местоположения: эта страна занимает весь Апеннинский полуостров и небольшую часть Балканского, острова Сардиния, Сицилия и много мелких. На этой территории расположились Южные Альпы и Падуанская равнина. Рельеф страны практически полностью состоит из гор и возвышенностей - всего одна пятая часть приходится на равнины.

Альпы - самая длинная из европейских горных систем, где Монблан - самая крупная вершина - находится в районах Курмайор и Верхней Савойе, другая часть Монблана расположена уже во Франции.

Этот знаменитый кристаллический массив 4810 метров высотой протянулся на 50 километров. Самая высокая точка Европы, если не считать Эльбрус, Дыхтау и ещё несколько вершин Кавказа, где высота гор значительно более пяти с половиной километров, - такова сравнительная характеристика. Италии в Западной Европе по высоте гор нет соперников.

Однако здесь с туристической точки зрения значительно выше уровень обихоженности, под Монбланом проложен 11-километровый тоннель для автомобилей.

Далее на территории Италии начинаются Апеннины, это не слишком высокие горы, но занимают они почти всю Италию - тысяча километров с севера на юг по всему восточному побережью полуострова. Растительность здесь богатейшая: хвойные и буковые леса, средиземноморские кустарники и луга на вершинах.

Здесь есть действующие вулканы: Стромболи, Вулькано, Этна, Везувий. Большая протяжённость обуславливает и изменения горного климата: в верхних и средних районах - тёплый и умеренный, а, например, на Сицилии он ярко выраженный субтропический. Зимы здесь мягкие и влажные, а лето жаркое и сухое.

Минусовых температур практически не бывает, зимняя температура в среднем - восемь градусов выше нуля. На Сицилии огромное количество солнечных дней, Ривьера отличается ровностью тёплой погоды круглый год, а полуостров Салентина - самым малым количеством осадков (всего 197 миллиметров - годовой показатель)⁵.

На Апеннинском полуострове насчитывается более полутора сотен памятников ЮНЕСКО, это больше, чем в любой другой стране мира. Исключительно красива Италия.

Географическая характеристика не исчерпывается перечислением горных краёв, озёр, рек и равнин. Здесь очень ответственно относятся к

природе, только национальных парков создано на территории около полутора миллионов гектаров.

Двадцать один - на такую маленькую страну. Пять процентов всей территории содержится в первозданном виде и охраняется государством. Например, Гран-Парадизо - один из старейших национальных парков - расположен на северо-западе, около французской границы, и считается самым большим - около 700 квадратных километров.

Набор ландшафтов просто великолепен, поскольку их создают перепады высот от 800 до 4,5 тысячи метров: тут и ледники - суровые и неприступные, и тучные альпийские пастбища, усыпанные яркими цветами. Не менее привлекательны и все остальные национальные парки и заповедники.

Например, в Абруццо ежегодно съезжаются до миллиона туристов, несмотря на то что эти места заповедные. Здесь не только уникальные флора и фауна, но и остатки древних цивилизаций, некрополи, исключительной красоты пастушьи тропы, приводящие к остаткам средневековых крепостей.

⁵ Мировой атлас данных [Электронный ресурс]: Кноема. М: knoema.ru, 2007–2020. Режим доступа: World Wide Web. URL: <https://knoema.ru/atlas> (дата обращения: 22.04.2020).

2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

2.1. Обоснование вида туристского маршрута. Характеристика вида туризма

Италия входит в десятку стран по уровню гастрономического туризма. Каждая область страны имеет свои традиции. Особое место в Италии выделено для винных изделий.

Каждый год в октябре можно посетить праздник молодого вина. Из гастрономических областей наиболее знаменита долина Кьянти, которая славится своим вином, и Тоскана, являющаяся раем для любителей изысканной кухни.

Италию не случайно называют гастрономическим раем для гурманов — в каждом из двадцати итальянских регионов царит самобытная кухня со своими особенностями, поэтому одной поездки может не хватить, чтобы попробовать все итальянские блюда. Что же советуют опытные путешественники и знатоки итальянской кухни?

«Если вы решили изучить традиционную кухню в Италии, пробуйте продукты в местах их происхождения, к тому же каждая итальянская провинция имеет свои фирменные блюда, а провинций насчитывается более ста, — рассказывает шеф-повар итальянского ресторана Марк Лабанский. — За самыми лучшими коровьими сырами и мясом лучше ехать в Ломбардию, самый вкусный ризотто готовится в окрестностях Милана, где выращивают рис, а хорошо приготовленную рыбу и морепродукты лучше искать на побережье. Только в Венеции можно отведать настоящие знаменитые креветки на рашпиле, а в провинции Кампания насладиться божественным вкусом настоящей моцареллы, приготовленной из молока буйволиц, и неаполитанской пиццей, испеченной в дровяной печи по старинному рецепту. Во время поездки

по региону Эмилии-Романья у вас будет возможность попробовать настоящую пармскую ветчину „прошутто“, королеву колбас „мортаделла болонья“, которую делают из свиного фарша и сала, голубую рыбу из Чезенатико и знаменитые вина Lambrusco. Не случайно центром этого региона является Болонья, которую из-за обилия вкусной еды называют „брюхом Италии“. Если вы окажетесь в Умбрии, загляните в семейную мясную лавку Ансуини, побывайте на фестивале шоколада в Перудже и обязательно примите участие в увлекательной „охоте на трюфель“. В столице Италии закажите в ресторане римское телячье жаркое и баранину с розмарином в соусе из белого вина — вы непременно получите огромное удовольствие!».

Тосканская кухня славится древними кулинарными традициями, ее особенностью является простота и изысканность. Из здоровых и полезных продуктов здесь создают настоящие деликатесы, ведь не случайно в этом регионе зародился итальянский Ренессанс.

В Тоскане изумительно готовят телятину, а одним из фирменных блюд тосканской кухни является жаренный на углях бифштекс по-флорентийски, для которого кусочки мяса маринуют в оливковом масле, используя из специй только соль и черный перец. В местной кухне нет сложных блюд с обилием ингредиентов и пряностей, ведь эти блюда считаются деревенскими, но в них вы найдете столько нюансов вкуса и аромата, что влюбитесь в Тоскану с первого взгляда. Интересно, что масло в Тоскане имеет зеленовато-золотистый цвет и душистый аромат и добавляется практически во все блюда. К бифштексу подают лучшие вина в Италии — «Кьянти», «Монтепульчано» и «Нобиле», ведь Тоскана известна еще и богатыми винодельческими традициями. Обязательно посетите местные фермы, где производят колбасы и сыры по старинным семейным рецептам. Юлия Высоцкая очень любит Тоскану, и многие принципы приготовления блюд она берет из тосканских рецептов.

Жители Пьемонта знают толк в хорошей кухне — именно этот регион подарил миру множество вкуснейших блюд, например из трюфелей, поскольку Пьемонт считается одним из известнейших трюфельных регионов. Каждый

октябрь тысячи туристов и шеф-поваров со всего мира устремляются в город Альбу на ярмарку трюфеля в Италии, чтобы купить лучшие белые трюфели — изысканный деликатес, за которым охотятся самые разборчивые гурманы. Кстати, белые трюфели нельзя жарить, иначе они потеряют свой уникальный аромат и вкус, напоминающий смесь созревшего сыра и чеснока. Все рестораны Пьемонта в период ярмарки готовят блюда из трюфелей, подавая к ним традиционные продукты этого региона — сыры, лесные орехи и вина «Бароло», «Арнеис» и «Барбареско».

В Пьемонте и Ломбардии готовят знаменитый сыр горгондзолу с твердой оранжевой корочкой и пикантным вкусом. Его подают на закуску или десерт с мягким итальянским хлебом и крепким красным вином, добавляют в начинки, соусы и ризотто. Кстати, о винах — в этом регионе готовят вина по старым рецептам, и 45 сортов имеют статус старинных вин, также Пьемонт считается родиной Martini и Cinzano. Обязательно попробуйте фирменные блюда — кукурузную кашу, говядину в вине «Бароло», соленые анчоусы, печеный сладкий перец, картофельные клецки с соусом из нескольких видов сыра, запеченные улитки с соусом из сливочного масла, петрушки и чеснока, ячный крем и шоколадно-миндальный пудинг.

Путешествие на родину пиццы и ликера лимончелло превратится для вас в настоящее гастрономическое открытие, ведь именно в Кампании была впервые приготовлена пицца «Маргарита», ставшая кулинарным символом всей Италии. Уникальной особенностью местной кухни является вполне гармоничное соседство простых крестьянских блюд и аристократических деликатесов. Кстати, именно здесь были созданы сотни видов пасты с разнообразными начинками и соусами, а родиной макарон считается город Граньяно, где сосредоточена десятая часть итальянского производства макарон. В Кампании очень любят пасту с бобовыми — фасолью, бобами, горохом и нутом, а в Неаполе к этому сочетанию добавляют морепродукты. Именно здесь, в Неаполе, каждый год в середине сентября проходит «Пиццафест» — праздник пиццы в Италии, где можно попробовать лучшие блюда итальянских пиццерий.

А еще в Кампании готовят лучшую в Италии моцареллу, очень любят маринованного угря и осьминогов по-лучански, а из мяса отлично готовят свинину, хотя шпикачки из молодого буйвола также считаются одним из лучших блюд. Кампания славится вкусными оливками, помидорами, лимонами, артишоками и белым инжиром из Чиленто. В Салерно готовят восхитительный десерт пупателле — инжир, начиненный сухофруктами и орехами, облитый шоколадом.

Кухня Ломбардии вобрала в себя кулинарные традиции разных стран, поскольку на этой территории жили французы, испанцы, кельты, австрийцы и римляне. Но главным блюдом региона считается ризотто, поскольку в долине Падана раскинулась огромная рисовая плантация, которая снабжает рисом все провинции Италии. Самое старинное ризотто готовится из риса с шафраном и мозговыми косточками — это блюдо сохранилось с XV века и до сих пор пользуется популярностью.

Самые вкусные блюда в местных ресторанах — котолетта алла миланезе — шницель в панировке по-милански, луганега — длинная сосиска из сырого фарша, полента с говядиной или птицей, паста с тыквой, ризотто с салями, лапша из гречневой муки пиццоккери. В прибрежных кафе подают ризотто с рыбой, щуку под соусом и угря, тушеного в масле и вине. Ломбардия также славится своими сырами, самые популярные из которых — маскарпоне, грана, таледжо, горгонзола и робиола.

Фестиваль шоколада в Италии, который проводится в октябре, превращает Перуджу в шоколадную столицу Европы и всего мира. Город украшается статуями, памятниками, дворцами и крепостями из настоящего шоколада. На каждом углу продают невероятные шоколадные лакомства, например шоколад с перцем или мятой, а местные рестораны предлагают пиццу, спагетти и сыры из шоколада. В уличных лавках можно купить шоколадные картины и игрушки, шоколадную косметику и парфюмерию. На одном из фестивалей была приготовлена шоколадка весом шесть тонн, которая попала в Книгу рекордов Гиннеса.

2.2. Характеристика инфраструктуры туризма

Прежде всего, туризм в Италии — это возможность приобщиться к прекрасному. Поскольку Италию по праву можно назвать всемирным культурным центром, все ее памятники перечислить невозможно. Это Пантеон, Колизей, Капелла Медичи, Римский форум, собор Святого Петра, Дворец дождей, Сикстинская капелла...

В Италии туризм является одной из самых доходных отраслей страны — прибыль от него составляет 12% государственного бюджета. И это неудивительно, ведь Италия очень разнообразна и предлагает туристам массу возможностей⁶.

Туризм в Италии не ограничивается осмотром культурных памятников и достопримечательностей. Здесь также можно насладиться чудесными пляжами Средиземноморья: Адриатики, Лигурийского, Тирренского и Ионического морей. Каждое из этих морей обладает совершенно уникальной береговой линией.

Также по Италии можно устроить гастрономический тур. Кухня Италии очень разнообразна. Где еще вы сможете попробовать настоящую итальянскую пасту и пиццу, если не в Италии? А количество выпускаемых в Италии сортов сыра невозможно даже подсчитать. Наиболее известные — моцарелла, горгонзола, пармезан, пекорино и маскарпоне.

Туризм в Италии — это замечательная возможность совместить активный, культурный и пляжный отдых.

Очень широко распространены в Италии аутлеты (по-итальянски — «спачи») — это огромные торговые центры, которые расположены за городом. Здесь можно найти фирменные вещи с огромными скидками.

⁶ Новости [Электронный ресурс]: BBC. М: BBC. COM, 2002–2020. Режим доступа: World Wide Web. URL: <https://www.bbc.com/> (дата обращения: 22.04.2020)

Разработка маршрута и программы гастрономического тура⁷:

1. Технологическая карта маршрута.

Основные показатели маршрута:

- Вид маршрута - автобусный тур
- Продолжительность путешествия - 7 дней \ 6 ночей
- Число туристов в группе - от 4 до 7 человек + 1 водитель
- Стоимость: 18400 евро/40 = 460 евро
- Общая протяженность маршрута 770 км

2. Маршрут: Милан - Ровато - Парма - Модена - Болонья - Флоренция -

Чивитавеккья - Рим.

3. Калькуляция тура

Транспортные расходы:

- Аренда автобуса: 150 евро сутки*7= 1050 евро

День 1: Аэропорт Мальпенса - отель As Hotel Dei Giovi 4* (56км) 6л * 1,7 евро = 10,2 евро

День 2: отель As Hotel Dei Giovi 4*(Милан) - Ровато - отель V&V La Mongolfiera (Виллафранка-ди-Верона) (240 км) 24 л* 1,7 евро = 40,8 евро

День 3: отель V&V La Mongolfiera - Мантуя отель Agriturismo Corte Trincerone (130 км) 13 л* 1,7 евро = 22,1 евро

День 4: Мантуя - Парма - Болонья отель Albergo Rossini 1936 (270 км) 27 л * 1,7 евро = 45,9 евро

День 5: Болонья - Чивитавеккья отель V&V Villa Sara (400 км) 40 л* 1,7 евро = 68 евро

День 6: Чивитавеккья - Рим отель Parco delle Nazioni (90 км) 9 л*1,7 евро = 15,3 евро

День 7: отель - аэропорт Фьюмичино (35 км) 4 л* 1,7 евро = 6,8 евро

Итого на бензин и аренду: 1259,1 евро

-· Платные дороги: Чехия E50-D5 10 дней 26 евро

⁷ Семина А.Е., Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы - М.: Финансы и статистика, 2001. -

Итого: 1277 евро + 10880 рублей

-· Договор о медицинском обслуживании 1 евро чел./сутки

-· Виза: 35/чел евро

-· Размещение: 200/чел евро

Итого: 18175 евро + 10880 рублей

4. Программа обслуживания на маршруте

День	Населенные пункты	Расстояние между ними	Способы передвижения	Время в пути	Время выезда
1	Аэропорт - отель	56 км	Автобус	50 мин	Любое время
2	Милан - Виллафранка- ди-Верона	240 км	Автобус	2 часа 10 минут	10:00
3	Виллафранка- ди-Верона - Мантуя	130 км	Автобус	30 минут	9:00
4	Мантуя - Болонья	270 км	Автобус	1 час 30 минут	8:00
5	Болонья - Чивитавеккья	400 км	Автобус	5 часов	9:00
6	Чивитавеккья - Рим	90 км	Автобус	1 час 10 минут	9:00
7	Отель - аэропорт	35 км	Автобус	1 час 10 минут	Любое время

5. Питание в течение дня - Завтраки в отелях включены, в течении дня - самостоятельно

6. Стоимость путевки: 450 евро

- В стоимость тура входят: транспорт, размещение, страховка, виза.
- В стоимость тура не входят: питание в течение дня, входные билеты в музеи.

2.3. Анализ рынка предложений по данному виду туризма. Проблемы и перспективы развития данного вида туризма

В анализе рассмотрено 18 туристических агентств города: «Пальма Турс», «Русские Каникулы», «Dream Travel», «INNA TOUR», «Элита Трэвэл», «URAL TOUR», «Центра современного туризма», «VISTA», «Детское бюро путешествий», «Городская служба путешествий», «Малибу», «Северная Пальмира», «Екатерина Тур», «Асскотель Екатеринбург», «РОССТУР», «Сан Экспресс Трэвэл», «GREEN EX», «Сальвадор». В ходе анализа выяснилось, что большая часть фирм, стабильно работающих сегодня на рынке туристических услуг, существуют в среднем 7 лет (рис. 1).

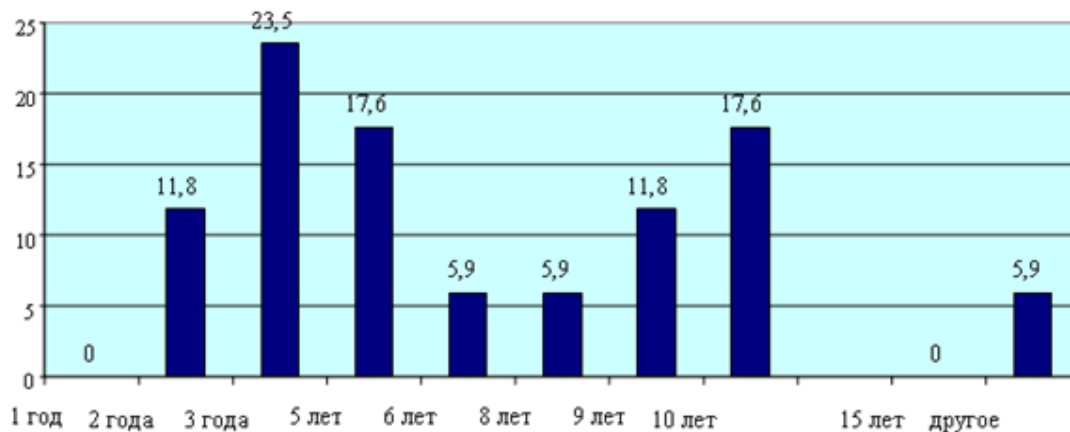


Рисунок 1 - Стаж работы компаний на рынке туристических услуг

Большинство компаний работают со всеми видами туризма. Наибольшей популярностью пользуются экскурсионные программы, семейный отдых, деловой туризм. Туристическая компания «Пальма Турс» помимо

основных видов отдыха, предлагает туристам экологический вид туризма (экологический туризм, связанный с посещением мест дикой природы, заповедников). Компания «Элита Трэвэл» готова удовлетворить любой каприз туриста (от цвета полотенец в гостинице до поездки в любую точку земного шара), «лишь бы клиент платил». Все компании готовы предложить пляжный отдых. В меньшей степени туристические агентства занимаются детским отдыхом. В нашем городе существует специализированное «Детское Бюро Путешествий», которое уже на протяжении 10 лет занимается только детским и семейным отдыхом, на рисунке 2 показана диаграмма по специализации компании. Гастрономический туризм входит в показатель универсальные туры.

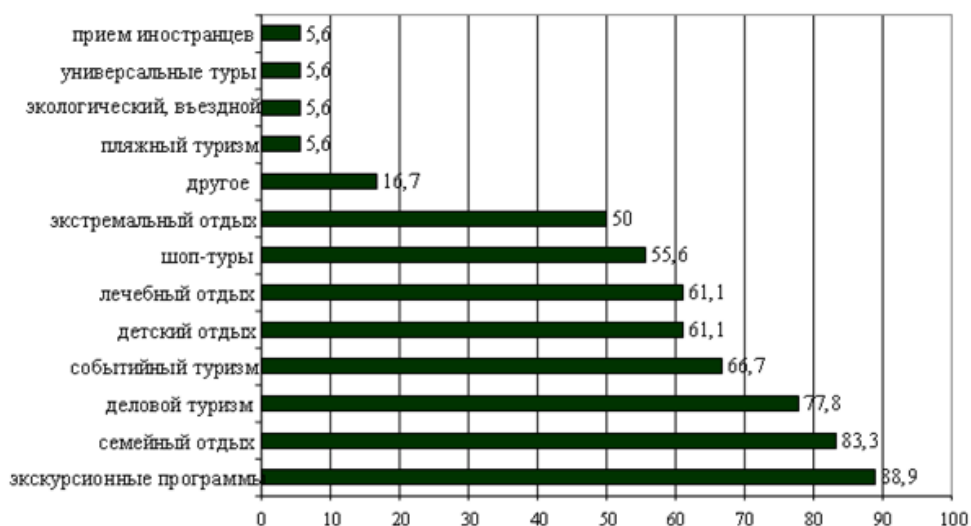


Рисунок 2 - Специализация компании

Опрос экспертов показал, что 60 % жителей Екатеринбурга предпочитают отдыхать за рубежом, 30% туристов посещают российские курорты и только 10% - любят отдыхать на Урале. Из этих 10% большую часть составляют познавательные экскурсии, дома отдыха и санатории Урала.

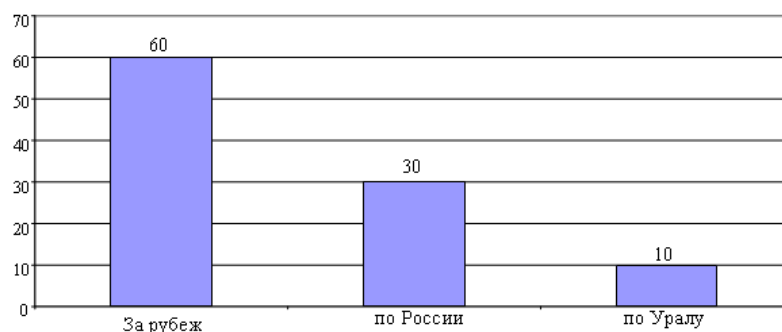


Рисунок 3 - Направления, по которым было продано больше всего путевок в 2019 году

Сегодня туристические агентства Екатеринбурга предлагают широкий выбор туров по всему миру: морские круизы, горнолыжные курорты, экскурсионные программы, пляжный отдых, автобусные туры, лечебный отдых и т.д. Сейчас нам доступен экзотический отдых (Мальдивы, Бали, Африка, Шри-Ланка, Сейшелы, Марокко, Доминикана, ОАЭ, и многие другие). В данное время предложение превышает спрос. Поэтому в борьбе за клиента туристические агентства готовы предложить индивидуальные программы отдыха, с любыми условиями, удовлетворяющими клиента. Самыми популярными остаются Турция и Европа.

Одним из факторов, который влияет сейчас на конкурентные преимущества игроков рынка, является качественное обслуживание клиентов. К сожалению, не все компании соответствуют должному уровню. Некоторые фирмы, принимают посетителей так, как будто делают им одолжение. Сегодняшние тенденции развития рынка туристических услуг приводят к улучшению качества обслуживания игроков рынка. В ходе анализа туристических фирм выяснилось, какими методами пользуются компании, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке туристических услуг:

- профессионализм компании - 94,4%;
- надежность - 72,2%;
- система скидок - 50%;

- эксклюзивные туры - 50%;
- гибкая ценовая политика - 33,3%;
- наличие «горящих путевок» - 27,8%;
- дополнительные услуги - 22,2%.

Мировой рынок гостиничных услуг находится сейчас в сложной ситуации и несет колоссальные убытки из-за пандемии. Пострадали не только небольшие, но и крупные гостиницы и отели, которые принимали основной поток иностранных постояльцев. Одной из крупных затрат в данном секторе бизнеса является заработная плата сотрудника.

Поэтому существует большая угроза увольнения большого количества людей. В Италии, Испании и Турции закрыты почти 95% отелей. По данным СМИ в Италии убытки составляют почти 400 млрд. руб. в день.

Чрезвычайная ситуация в области здравоохранения привела к параличу всей цепочки поставок, который генерирует около 12% ВВП Италии. По экспертным оценкам в первой половине 2020 года, доходы от туризма снизятся на 73%.

Так, в Италии ожидаемый оборот составляет всего 16 млрд евро по сравнению с 57 млрд за аналогичный период прошлого года. Летний сезон также поставлен под угрозу, в который ежегодно прибывают в страну 25 млн чел. Меры, направленные на сдерживание распространения вируса COVID-19 приведет к тому, что в 2020 году в Италии снизится оборот в секторе ресторанного и гостиничного сектора (72748 компаний с оборотом 37,8 млрд евро в 2019 году) на 16,7 млрд евро, что равно снижению, по сравнению с 2019 годом, на -44,1%.

Больше всего пострадали отели: убыток составил 7,9 млрд, что составляет -53,8%, в то время как предприятия общественного питания сократились на 8,8 млрд. И составили -37,9%. Это оценки, количественно оцененные Бюджетной обсерваторией Совета Srls на 2019 год и Фондом национальных бухгалтеров. Это влияние связано как с падением спроса, которое затронуло сектор еще до начала чрезвычайной ситуации в Италии, так

и с блоком действий, наложенным указом, с тем чтобы противостоять чрезвычайной ситуации в области здравоохранения⁸.

Но помимо огромного экономического ущерба возникает и другая проблема. Из-за пустынных улиц и закрытых магазинов риск преступности возрастает, а отели, заполненные телевизорами, компьютерами и роскошной мебелью, разграбляют.

С начала глобального распространения коронавируса гостиничный сектор был одним из наиболее затронутых из-за мер по борьбе с пандемией. Авиакомпании держат свои самолеты на земле, страны закрывают свои границы для прибывающих иностранцев, ограничения распространяются, и отели видят, что их бизнес испаряется, до такой степени, что некоторые отели в Испании предложили медицинское обслуживание своих комнат, чтобы поддержать систему здравоохранения. Все это начинает отчетливо отражаться в мартовских данных о ситуации с гостиничным туризмом, только что опубликованных Национальным статистическим институтом (INE), которые показывают снижение количества ночевков в отелях на 61,1% в марте по сравнению с тем же месяцем предыдущего года из-за прекращения его деятельности после объявления о состоянии тревоги в стране перед лицом пандемии коронавируса.

После воздействия коронавируса отели и туристические агентства путешествий пытаются справиться с коронавирусом с помощью мер, которые приносят пользу для своих клиентов. В частности, в Испании Мелиа, Аворис (Barceló) и Room Mate начали различные кампании, чтобы остановить падение резервов из-за боязни заражения.

Meliá запустила 72-часовую кампанию, в которой все ее клиенты, как частные, так и из агентств и дистрибьюторского сектора, могут сделать предварительный заказ с правом бесплатной отмены. Другими словами, клиенты могут отменить свое бронирование за 24 часа до прибытия и оплатить

⁸ Мировой атлас данных [Электронный ресурс]: Кноета. М: knoeta.ru, 2007–2020. Режим доступа:

только первую ночь, если они не отменили бронирование и решили не путешествовать.

Под девизом «Пусть ничто не остановит ваш отпуск» Meliá предлагает скидки до 45%, чтобы смягчить воздействие вируса. «В моменты неопределенности и риска паралича в отрасли компании должны реагировать с большей гибкостью и возможностями, прежде всего обеспечивая спокойствие и предоставляя время для оценки развития кризиса, который может меняться день ото дня», — убеждала исполнительный вице-президент и главный исполнительный директор Meliá Габриэль Эскаррер.

Со своей стороны, Room Mate также предпринял аналогичные меры в Италии, упрощая политику отмены или изменения бронирования в этой стране, особенно для клиентов, которые не заключили это право и планируют поездку до 20 мая.

В этом случае, если клиент отменяет поездку, сеть сохраняет депозит, который можно использовать в течение следующих шести месяцев. Avorís, туристическая компания Grupo Barceló, следовала этой линии и начала кампанию без сборов за отмену всех своих бронирований до 31 мая. Клиенты могут пользоваться бесплатной отменой, если они обращаются за 15 дней до запланированной даты организованной поездки

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Во всем мире сейчас весьма популярен и активно развивается гастрономический туризм. Сотни лет назад торговцы плавали “за семь морей” в поисках диковинных продуктов. Специи, вина, фрукты и оливковое масло были в те времена своеобразной валютой. Современные гастротуристы заняты практически тем же самым. Они готовы преодолевать многие километры пути, чтобы попробовать какое-нибудь экстраординарное блюдо. Этот новый вид туризма имеет большие перспективы развития, а организация гастрономических туров будет способствовать возрождению национальных кулинарных традиций стран мира. Гастрономический туризм хорошо организован во Франции, Италии, Испании, где существует развитая сеть винно-гастрономических туров, в Шотландии предлагают «виски-туры», в Чехии - «пивные».

Путешествие сегодня редко обходится без посещения местных кафе и ресторанов. А почему бы и не сконцентрироваться на этом? На сегодняшний день гастрономический туризм - явление новое, но очень перспективное.

Причем важно не просто съездить туда, где «хорошо накормят», а приобщиться к искусству приготовления пищи, возведённому в культ. Гастрономический туризм называют путешествиями со вкусом, ведь кулинарные изыски иной раз лучше всего помогают понять культуру того или иного народа.

Обобщая все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что пандемия, вызванная коронавирусом, является беспрецедентной ситуацией, которая оказала влияние на все сферы жизни практически в каждой стране. Наиболее пострадавшим сектором экономики является туризм, в том числе гостиничный бизнес и авиасообщение. Для сохранения данных сфер правительства стран оказывают посильную поддержку компаниям. Автором также были

разработаны специальные меры поддержки внутреннего и международного туризма:

- Необходимо сфокусировать усилия, ресурсы и меры поддержки государства на развитии приоритетных туристских территорий, повышая их инвестиционную привлекательность и улучшая условия для вложения в туристский бизнес.

- Реализация широкой общенациональной информационно-пропагандистской кампании по популяризации местных туристических направлений среди испанских граждан.

- Упрощение визового режима.

- Уменьшение стоимости виз.

- Применение новых технологий для прохождения пограничного контроля.

- Облегчение налоговой политики для наиболее пострадавших секторов экономики.

- Введение льгот и стимулов для обеспечения поддержания бизнеса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Атлас по экономической географии, 9 класс. – Дрофа, 2012.
2. Биржаков М.Б., Введение в туризм. - СПб: Издательский Торговый Дом "Герда", 2000. - 367с.
3. Борисов Ю.Н., Маркетинг в туризме «Инфра-М» 2006г. - 286с.
4. Булатова А.С., Страны и регионы мира М: Проспект, 2005 г. - 195с
5. Ильина Е. И., «Основы туристской деятельности», Москва, 2004г. - 246с.
6. Квартальнов В.А., Туризм, как объект управления, М., Финансы и статистика, 2007 г. – 258 с.
7. Карчевская Е.Н., Организация международного туризма: Гомель: ГГТУ, 2003 г. – 305 с.
8. Косолапов, А.Б. География российского внутреннего туризма. Учебное пособие для бакалавриата / А.Б. Косолапов. - М.: КноРус, 2017. - 376 с.
9. Косолапов, Александр География российского внутреннего туризма / Александр Косолапов. - М.: КноРус, 2012. - 224 с.
10. Котлярова, О.В. География туризма и отдыха. Монография / О.В. Котлярова. - М.: Русайнс, 2017. - 118 с.
11. Кусков, А.С. География туризма. Гриф МО РФ / А.С. Кусков. - М.: Альфа-М, 2018. - 165 с.
12. Лобжанидзе, А.А. География России. Природа, население, хозяйство. 8 кл / А.А. Лобжанидзе. - М.: Дрофа, 2006. - 271 с.
13. Семина А.Е., Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы- М.: Финансы и статистика, 2001. - 272с.
14. Таможняя Е.А. География России: хозяйство и регионы: 9 класс, учебник для учащихся общеобразовательных учреждений. – М.: Вентана-Граф, 2011.

15. Фромберг А.Э. Экономическая и социальная география. – 2011, 416 с.
16. Всемирная организация здравоохранения [Электронный ресурс]: ВОЗ. М: who. int, 2002—2020. Режим доступа: World Wide Web. URL: <https://www.who.int/ru> (дата обращения: 22.04.2020).
17. Карта коронавируса [Электронный ресурс]: CORONOVIRUS. М: coronavirus-monitor.ru, 2019–2020. Режим доступа: World Wide Web. URL: <https://coronavirus-monitor.ru/> (дата обращения: 22.04.2020).
18. Мировой атлас данных [Электронный ресурс]: Кноема. М: knoema.ru, 2007–2020. Режим доступа: World Wide Web. URL: <https://knoema.ru/atlas> (дата обращения: 22.04.2020).
19. Новости [Электронный ресурс]: BBC. М: BBC. COM, 2002–2020. Режим доступа: World Wide Web. URL: <https://www.bbc.com/> (дата обращения: 22.04.2020)
20. Хронология распространения COVID-19 [Электронный ресурс]: Википедия. М: ru.wikipedia.org, 2007– 2020. Режим доступа: World Wide Web. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Хронология_распространения_ COVID-19](https://ru.wikipedia.org/wiki/Хронология_распространения_COVID-19) (дата обращения: 22.04.2020).