44. Інфраструктура готельного господарства Італії

Наталія Семченко, Дарія Басюк
Національний університет харчових технологій

Вступ. Італія – один з основних туристичниих дестинацій світу, оскільки має вигідне географічне положення і сприятливі природні умови. Вона розташована в центрі основних міжнародних туристських шляхів. І це залучає в країну щороку до 50 млн міжнародних туристів практично зі всіх регіонів і країн світу. Велика різноманітність туристичних ресурсів за видом та потенціалом, зумовило появу особливої інфраструктгрури готельного господарства.

Матеріали і методи. У процесі дослідження використовувалися методи аналізу і синтезу; праці А.Павінні.

Результати. Італія має широку мережу закладів розміщення гтельного і неготельного типу. Готельна база країни нараховує близько 40 тис. готелів. До неготельного типу підприємств, що надають додаткові послуги розміщення відносяться кемпінги, приватні квартири, туристські села, альпійські притулки та ін. При цьому доля готелів складає 67%, приватних квартир – 21%, кемпінгів і туристських сіл – 5%, інших установ – 7%.

На першому місці за кількістю туристів серед неготельних підприємств є кемпінгіи і туристські села. Найбільш динамічним сектором у сфері туристичного розміщення є «інші підприємства». Їх кількість постійно збільшується, але в той же час зменшується кількість приватних квартир, що пропонується для прийому

туристів. Експерти вважають, що необхідно підвищити категорію багатьох підприємств готельного типу і, відповідно, якість обслуговування. У якісному співвідношенні готельна структура Італії сегментується таким чином:.

Рис.1. Кількість готелів різної категорії.

До найбільш характерних особливостей італійських готелів слід віднести їх невеликі розміри (50-80 номерів). Класифікація готелів дуже заплутана - готелі поділяються на категорії, а у межах категорії існує своя довільна градація: Delux - 5 зірок, Superion - 4 зірки, First - 3 зірки, Superion Tourist - 2зірки [1,2].

Таким чином, більше 50% готелів є три - або двозірковими, а рівень обслуговування в багатьох з них значно нижчий за світові стандарти. У цьому секторі налічується 400 тис. зайнятих, з яких 75% є найнятими робітниками і 25% - незалежними підприємцями.

Доля готельного обслуговування і харчування в загальній вартості туристського обслуговування складає 60–65%. Обидві ці статті витрат є змінними величинами і залежать від цін на дані види послуг, від сезонної градації, географічної зони, вигляду і класу обслуговування і багатьох інших чинників, зокрема договірні комерційні умови між турагентством і адміністрацією готельного підприємства.

У різних містах Італії, не так багато "мережевих" готелів, зате вдосталь невеликих родинних готелів.Найбільш поширені готельні підприємства: Intercontinental De La Ville Rome (мережа готелів Intercontinental Hotels & Resorts), St. George, Grand Hotel De La Minerve (мережа готелів Worldhotels), The Gray (мережа готелів Sina Hotels), The Westin Palace (мережа готелів Westin), Carlton Hotel Baglioni (мережа готелів Baglioni Hotels).

Діапазон цін у готельному сегменті туристичного ринку Італії вивчали аналітики італійської «Trivago». Основу нещодавно завершеного дослідження склали тарифи на послуги ціновий діапазон, залежно від сезону, раціону, класу готелю та ін. Зокрема, з'ясувалося, що ціна за одний і той же номер може варіювати в межах 33%. Для туристів же все залежить від оператора, який бронює той чи інший номер, але не вичерпує усіх важливих чинників ціноутворення.

Взагалі великий діапазон ціни характерний для туристичних напрямків і набагато меншою мірою стосується основної маси міжнародних готелів з високим коефіцієнтом завантаження, в першу чергу такі регіони, як Венето, Тоскана і Лаціо.

У Пізі та Мілані максимум розкиду цін досяг 33%, причому два цих міста «відхопили» цілих 32% від загального числа італійських міст з найбільшим ціновим діапазоном: з настанням весни на нижній межі відбувається майже двократне збільшення вартості добового перебування (€ 129), У Мілані на піку середня ціна коливається біля позначки € 170 . У пізанських готельєрів запити скромніші, але амплітуда цін відрізняється не меншим розмахом: від € 88 (мінімум) до € 117 (максимум) . В обох містах за один і той же номер з туриста можуть взяти будь-яку ціну. У Венето, де обстежували 896 готелів, ціни варіювали в межах € 120-€. [3]

Висновки. Італія – країна з особливою структурною базою готельного підприємництва, котре було сформоване на історичному підґрунті розвитку туризму. Тому основними рисами готельної інфраструктури стали своєрідна класифікаційна система, різниця в цінових показниках між готелями з подібною категорійністю, частина готельних і неготельних підприємств має відносно низький рівень обслуговування, часткова невідповідає світовим стандартам. Проте наявність великого туристичного потенціалу та конкуранції стимулює розвиток готельної індустрії.

Література.

1. http://www.o-italy.ru/articles/venice/venice_hotels
2. http://www.italytour.ru/city_49.htm
3. UNWTO Tourism Highlights, Edition 2010