

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

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
«____» _____ 2020 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»

на тему:

**Готельне господарство Іспанії: досвід для
України**

Виконавець: студентка Т-212 М групи Черкасова Дарія Вікторівна

Науковий керівник: д.геогр.н., професор кафедри міжнародного туризму
та країнознавства **Дудник Іван Миколайович**

Нормоконтролер: к.геогр.н., доцент кафедри міжнародного туризму
та країнознавства **Борисюк Оксана Анатоліївна**

КИЇВ - 2020

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.

«_____» _____ 2020р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Черкасової Дарії Вікторівни
(прізвище, ім'я, по батькові в родинному відмінку)

Тема дипломної роботи: «Готельне господарство Іспанії: досвід для України»,
затверджена наказом ректора № 1870 /ст від «01» жовтня 2020 р.

2. Термін виконання роботи: «05» жовтня 2020 р. по «21» грудня 2020 р.

3. Вихідні дані до роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер,
виконане на основі аналізу законодавчих актів з питань індустрії розміщення та
готельного господарства, наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених, які
досліджували готельне господарство та Іспанії, матеріалів періодичних видань,
статистичних даних, інформаційних ресурсів мережі Інтернет.

4. Зміст дипломної роботи:

РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи дослідження готельного господарства

РОЗДІЛ 2. Аналіз готельного господарства в Іспанії: туристичний аспект

РОЗДІЛ 3. Тенденції, проблеми і перспективи розвитку готельного господарства
в Іспанії

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: Рис. 1.1 Класифікація засобів розміщення (за рекомендаціями ЮНВТО), Рис. 1.2 Фактори впливу готельного господарства (Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О.), Рис. 1.3 Класифікація методів дослідження, Рис.2.1 Катросхема географічного положення Іспанії в Європі, Рис 2.2 Катросхема фізико-географічна карта Іспанії, Рис. 2.3. Кількість туристичних прибуттів до Іспанії [складено за даними Інституту туризму Іспанії], Рис 2.4 Кількість туристичних прибуттів млн. осіб до певного району країни, Рис. 2.4 Доходи Іспанії від туризму [складено за Інституту туризму Іспанії], Рис 2.5 Структура закладів розміщення туристів в Іспанії [складено за Національним інститутом статистики рік], Рис 2.6 Структура зірковості готелів [складено за Національним інститутом статистики 2019 рік], Рис 2.7 Відвідувачі закладів розміщення [складено за Національним інститутом статистики 2019 рік], Рис 2.8 Кількість туристичних прибуттів млн. осіб до певного району країни [складено за Національним інститутом статистики 2019 рік], Рис 2.9 Топ 5 по кількості закладів розміщення по районам[складено за Національним інститутом статистики 2019 рік], Рис 2.10 Кількість готелів в європейських країнах тисяч одиниць, Рис 2.11 Кількість місць у готелях тисяч, Рис 2.11 Забезпеченість населення місцями у готелях, місць/тисяч чоловік, Рис. 3.1 Катросхема туристичного поділу Іспанії на райони, Рис. 3.2 Катросхема Комунідад Валенсіяна, Рис. 3.3 Катросхема розробленого туру.

6. Календарний план-графік

| № з/п | Завдання | Термін Виконання | Відмітка про виконання |
|-------|---|-----------------------|------------------------|
| 1. | Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження. | 05.10 – 10.10 2020 р. | Виконано |
| 2. | Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ. | 11.10 – 16.10 2020 р. | Виконано |
| 3. | Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо основ готельного господарства. Написати першій розділ | 17.10 – 02.11 2020 р. | Виконано |

| | | | |
|-----|--|---------------------------|----------|
| 4. | Провести дослідження сектору розміщення в Іспанії. Написати другий розділ роботи. | 03.11 – 13.11 2020 р. | Виконано |
| 5. | Виявити особливості та напрямки розвитку сектору розміщення Іспанії. Розробити модельний тур. Написати третій розділ роботи. | 16.11 – 20.11. 2020 р. | Виконано |
| 6. | Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки. | 23.11 – 30.11 2020 р. | Виконано |
| 7. | Підготувати реферат. | 23.11 – 26.11 2020 р. | Виконано |
| 8. | Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали. | 26.11 – 30.11 2020 р. | Виконано |
| 9. | Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи. | 01.12 – 11.12. 2020 р. | Виконано |
| 10. | Захист дипломної роботи. | 22.12.2020 р. | |

7. Дата видачі завдання: «05» жовтня 2020 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Дудник І.М
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Черкасова Д.В.
(підпис випускника) ПШ

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Готельне господарство Іспанії: досвід для України»: 94 сторінок роботи та 17 сторінок додатків, 5 рисунків, 15 таблиць, 50 використаних джерел.

Об'єкт дослідження – система готельного господарства Іспанії, як елемент туристичної сфери.

Предмет дослідження – структурно-динамічні особливості системи готельного господарства в Іспанії.

Метою даної роботи є виявлення структурно-динамічних параметрів готельного господарства в Іспанії для визначення проблем та перспектив його розвитку.

Методи дослідження. Для розв'язання визначених в роботі завдань, досягнення мети використовувався комплекс взаємодоповнюючих методів дослідження, а саме: історичний метод для дослідження еволюції готельного господарства та ролі в туризмі; узагальнення – для розробки методологічного базису сегментації споживачів і виробників туристичного продукту; системного аналізу – для визначення впливу факторів зовнішні і особисто-мотиваційні на формування умов для розвитку готельного господарства у туризмі; морфологічний аналіз – реалізований під час розроблення загальноекономічної і корпоративної систем маркетингу співпраці та опису сутнісних характеристик їх складових. Методи маркетингових досліджень (кабінетні та польові) знайшли застосування практично у кожному розділі роботи; графічні методи – для наочного зображення статистичного матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень;

Інформаційними джерелами при написанні роботи були законодавчі акти з питань готельного господарства та розміщення, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, які досліджували дане питання, матеріали періодичних видань, статистичні дані, інформаційні ресурси мережі Інтернет.

Наукова новизна роботи полягає в теоретичному узагальненні понять «система готельного господарства», «фактори розвитку готельного господарства»,

«територіальна організація готельного господарства», «передумови розвитку готельного господарства», визначено особливості організації готельного господарства Іспанії, визначено вплив пандемії COVID-19 на завантаженість та пристосованість готелів до різких змін, визначено основні тенденції розвитку готельного господарства, визначені проблеми розвитку готельного господарства, визначені перспективні напрями розвитку готельного господарства, розробка туру з відвідуванням різних тупів підприємств готельного господарства.

Результати роботи можуть бути використані в діяльності готельного господарства туристичних підприємств України. Теоретичні положення роботи можуть бути використані при розробці курсів «Готельне господарство», «Міжнародний туристичний бізнес», «Туроперейтинг», «Актуальні проблеми національного ринку туристичних послуг».

ЗМІСТ

| | |
|--|-----------|
| ВСТУП..... | 8 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТ..... | 11 |
| 1.1. Система готельного господарства як об'єкт наукового дослідження.. | 11 |
| 1.2. Теоретична модель факторів розвитку готельного господарства..... | 18 |
| 1.3. Методичні засади дослідження | 22 |
| Висновки до розділу 1 | |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В ІСПАНІЇ: ТУРИСТИЧНИЙ АСПЕКТ | 28 |
| 2.1. Передумови розвитку готельного господарства | 28 |
| 2.2. Структурно-динамічні особливості готельного господарства..... | 38 |
| 2.3. Рівень розвитку розвитку готельного господарства | 44 |
| Висновки до розділу 2 | |
| РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В ІСПАНІЇ..... | 55 |
| 3.1. Тенденції розвитку готельного господарства в регіонах країни | 55 |
| 3.2. Проблеми і перспективи розвитку готельного господарства в Іспанії.. | 61 |
| 3.3. Досвід Іспанії в розвиток готельного господарства України..... | 65 |
| Висновки до розділу 3 | |
| ВИСНОВКИ..... | 72 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 74 |
| ДОДАТКИ..... | 78 |

ВСТУП

Актуальність даної теми полягає в тому, що Іспанія протягом останніх років займає лідируючі позиції по кількості туристичних прибуттів. Готельне господарство є однією з головних складових туристичної індустрії.

Індустрія готельного бізнесу є досить різноманітною та мінливою. На сьогодні види та засоби розміщення відповідають зазначеній класифікації. Особливістю є те, що вони поділені згідно будівельно-технічних характеристик, якості обладнання, обслуговування. Готелі Іспанії є різноманітними – від великих комплексів, що належать міжнародним мережам, до невеликих костелів, якими керують звичайні сім'ї. Найчастіше готелі на території Іспанії оформлені в традиційному національному іспанському стилі. Сьогодні показує нам, що нетипові засоби розміщення, їх дизайн та архітектурні особливості є одним із факторів розвитку туризму

Об'єкт – система готельного господарства Іспанії, як елемент туристичної сфери.

Предмет – структурно-динамічні особливості готельного господарства в Іспанії.

Мета дослідження – виявити структурно-динамічні параметри готельного господарства в Іспанії для визначення проблем та перспектив його розвитку.

Завдання дипломної роботи:

- Проаналізувати та узагальнити теоретичні основи наукового дослідження готельного господарства;
- Оцінити вплив факторів на розвиток готельного господарства;
- Визначити передумови розвитку готельного господарства в країні;
- Визначити тенденції розвитку готельного господарства Іспанії;
- Визначити особливість організації готельного господарства в Іспанії;
- Розробити порівняльний аналіз розвитку готельного господарства в регіонах Іспанії;

- Визначити перспективи та виявити проблеми розвитку готельного господарства;
- Обґрунтування шляхи використання досвіду Іспанії для готельного господарства України;
- Розробити модельний тур по Іспанії з використанням підприємств готельного господарства різних типів та класів.

Методи дослідження для розв’язання визначених в роботі завдань, досягнення мети використовувався комплекс взаємодоповнюючих методів дослідження, а саме: історичний метод для дослідження еволюції та розвитку готельного господарства в країні; системного аналізу – для визначення впливу факторів на розвиток готельного господарства; методи маркетингових досліджень (кабінетні та польові) знайшли застосування практично у кожному розділі роботи; графічні методи – для наочного зображення статистичного матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень.

Використані теоретичні і законодавчо-нормативні джерела, стосовно послуг в індустрії туризму ними серед основних та додаткових послуг на перше місце поставлено послуги розміщення, що надаються туристам під час їх подорожі. Чи не найбільший внесок в досвід даної теми вніс А.П. Чудновський, який розглядає готельний бізнес як складову туристичної сфери, спрямовану на задоволення туристичних потреб населення у вигляді проживання, харчування, транспортного й екскурсійного обслуговування та іншого сервісу.

Питання теоретичного визначення загального переліку факторів впливу на становлення готельно-ресторанної, туристичної сфери, методологічні аспекти аналізу дії факторів вивчають Д.В. Довгаль, Н.І. Данько [10], О.О. Комліченко [16], О.О. Лупич [22], Я.В. Кацемир [14], В.В. Пітак, Л.П. Коваленко, І.І. Січка. В контексті аналітичних досліджень факторів впливу на зазначені сфери можна визначити науково-практичні праці Л.В. Матвійчук [17], С.М. Мархонос, Н.П. Турло [30]. Слід відзначити, що в більшості наукових праць за даним напрямком відсутній єдиний універсальний підхід до окреслення переліку та характеру дії факторів впливу.

Законодавчо-нормативні джерела використані в дипломній роботі є такі: Національний інститут статистики Іспанії – це національний орган статистики Іспанського королівства; Інститут статистики Барселони; Євростат всі статистичні дані які є в роботі взяті з офіційних сайтів. [39;50]

Книги реєстрації та в'їзду частин мандрівників у заклади гостинності. Наказ від 19 липня 1968 р., Який диктує правила класифікації готельних закладів. Королівський указ 2545/1982 про створення туристичних таборів (кемпінгів). [48;49]

Наукова новизна отриманих результатів, полягає в теоретичному узагальненні понять «готельне господарство», «фактори розвитку готельного господарства», «організація готельного господарства», «передумови розвитку готельного господарства», визначено особливості організації готельного господарства Іспанії, визначено вплив пандемії COVID-19 на завантаженість та пристосованість готелів до різких змін, визначено основні тенденції розвитку готельного господарства, визначені проблеми розвитку готельного господарства, визначені перспективні напрями розвитку готельного господарства, розробка туру з відвідуванням різних типів підприємств готельного господарства.

Практичне значення отриманих результатів. У роботі, що має теоретичне значення, наводяться відомості про наукове використання результатів досліджень або рекомендації щодо їх використання, а в роботі, що має прикладне значення – відомості про практичне застосування отриманих результатів або рекомендації щодо їх використання.

Особистий внесок здовувача. Для порівняльного аналізу тенденцій розвитку готельного господарства по районам Іспанії, була розроблена система оцінювання чинників розвитку готельного господарства.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ В КРАЇНІ

1.1. Система готельного господарства, як об'єкт наукового дослідження

Дослідженню розвитку готельного господарства, присвячено праці таких закордонних учених, як: О. О. Балашова, М. Вудроу, Г. Клікет, А. Майлер, Р. Мартін, Я. Мюррей, М. І. Кабушкін, В. С. Новіков, Б. Сміт, Р. Розенберг та І. Рикова. Також різні аспекти розвитку ринку готельних послуг вивчали вітчизняні вчені: Г. А. Андрощук, Л. О. Іванова, Т. В. Буряк, Г. Я. Круль, М. П. Мальська, О. Ф. Моргун, І. Г. Пандяк, П. Р. Пуцентейло, С. В. Скибинський та А. В. Цірат. Однак готельний бізнес постійно розвивається. Для залучення туристів використовують нові методи керування й технології обслуговування у секторі розміщення.

Вітчизняні вчені також досліджували готельне господарство, та його розвиток Г. А. Андрощук, Л. О. Іванова, С. І. Байлик, Т. В. Буряк, Г. В. Довгаль, Н. І. Данько, В. Касенін, Т. Ткаченко, Г. Я. Круль, О. О. Любіцева, М. П. Мальська, Г. Б. Мунін, Л. І. Нечаюк, Н. Н. Нечаюк, О. Ф. Моргун, І. Г. Пандяк, П. О. Подлепіна, П. Р. Пуцентейло, Х. Й. Роглев, Т. Г. Сокол, С. В. Скибинський, А. В. Цірат та ін.

А.П. Чудновський розглядає готельний бізнес як складову туристичної сфери, спрямовану на задоволення туристичних потреб населення у вигляді житла, харчування, транспортного й екскурсійного обслуговування та іншого сервісу.[35]

І.М. Дудник розглядає під суспільно-географічною системою закономірний зв'язок різноякісних видів та об'єктів діяльності в умовах цілісної території, що функціонально зорієнтовані на забезпечення потреб конкретної суспільності людей.[10]

Таким чином готельна індустрія охоплює різні форми діяльності, пов'язаної з прийняттям і обслуговуванням гостей, задоволенням їхніх потреб і отриманням

прибутку (робота готелів, ресторанів, туристичні і транспортні, рекреаційні послуги, організація конгресів, комерційних шоу, гральний бізнес). Вона охоплює широку індустрію малих підприємств різноманітних форм власності та управління, сформованих у готельні ланцюги - об'єднані готельні підприємства, які перебувають в єдиному підпорядкуванні, діють за єдиною системою стандартів (матеріально-технічних, технологічних, поведінки і обслуговування). Всі вони функціонують на основі технології, гостинності - технології виробництва послуг задля створення комфортних умов споживачам, вияву персональної уваги до них, забезпечення позитивного іміджу підприємства.

Зміст понять «готельне господарство», «готельна справа», «готельний бізнес», «готельна індустрія» пов'язаний з економічною діяльністю спеціалізованих підприємств, що пропонують на комерційній основі власні послуги і забезпечують клієнтів, котрі подорожують, необхідними умовами для розміщення та харчування.

Готельний бізнес – один з базових і динамічних секторів туризму, що завжди безпосередньо впливає на нього. Він сприяє розвитку туристських потоків, інтернаціоналізації капіталу, перерозподілу доходів між країнами, росту зайнятості населення й, зрештою, його добробуту.

Готельне господарство — сукупність готельних підприємств різних типів, що приймають та надають послуги з розміщення, харчування, додаткових і суміжних послуг.

Готельне господарство світу розвивається швидкими темпами, багато в чому завдяки впровадженню інновацій, значним природним і історико-культурним потенціалом туристська інфраструктура, у тім числі й забезпеченість готелями, задовольняє потреб туристів. Перспективним напрямом розвитку готельних послуг є створення готельних мереж.

До колективних засобів розміщення відносяться:

- 1) готелі й аналогічні заклади
- 2) спеціалізовані заклади
- 3) інші засоби.

1. Готелі відрізняються від інших засобів розміщення тим, що вони являють собою добротні будівлі, обов'язково складаються із номерів, кількість яких перевищує певний мінімум (в Україні він становить 10 номерів), надають різноманітні готельні послуги, перелік яких не обмежується щоденним прибиранням номеру. Найбільшу групу серед всіх засобів розміщення становлять саме готелі, що розрізняються за багатьма ознаками, серед яких: місце розташування, тривалість і режим роботи, тривалість перебування гостей, рівень цін на номери, режим харчування, місткість номерного фонду, рівень комфорту, функціональне призначення [13].

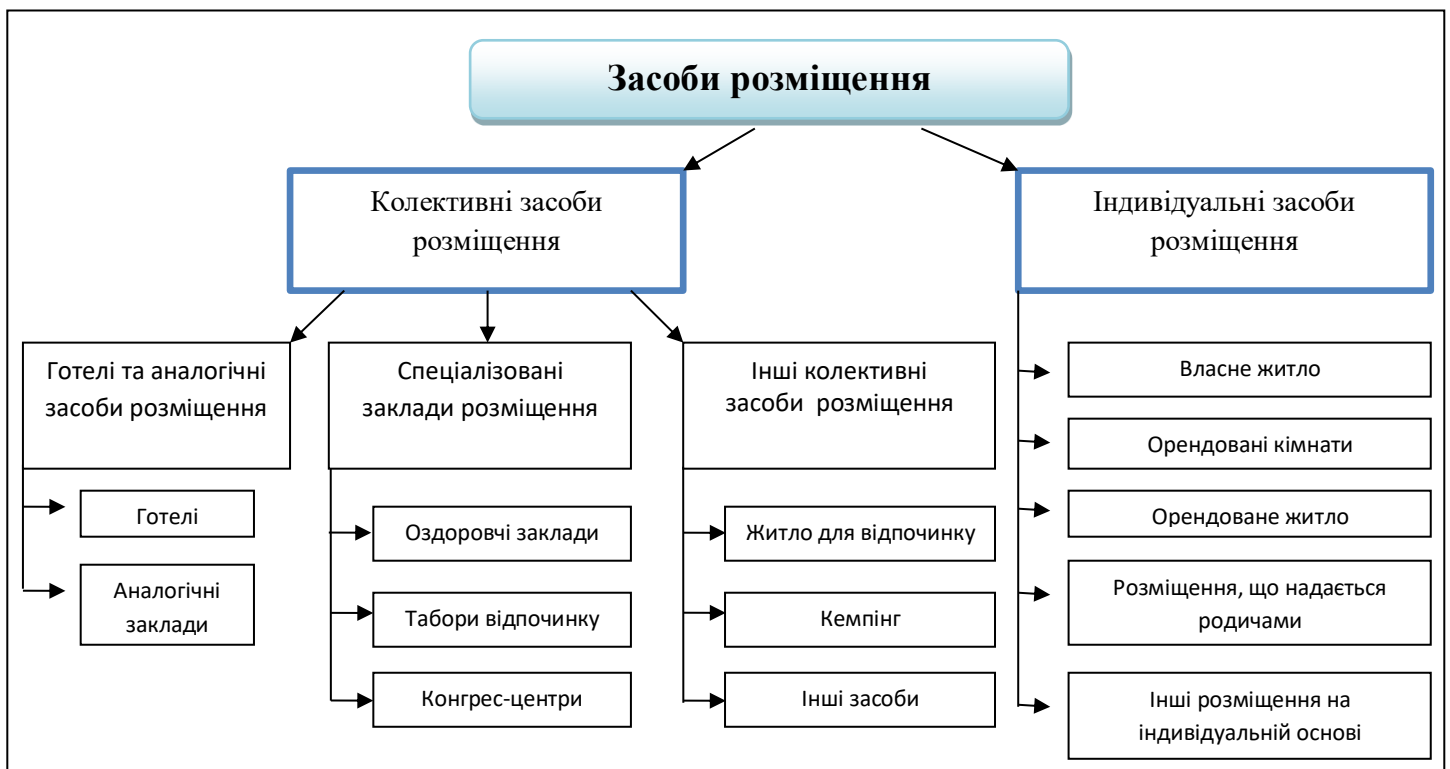


Рис. 1.1 Класифікація засобів розміщення

Джерело: за рекомендаціями ЮНВТО

Аналогічні готельним заклади включають пансіонати і мебльовані кімнати, туристські гуртожитки та інші засоби розміщення, які складаються із номерів і в яких надаються обмежені готельні послуги, включаючи щоденне прибирання номеру.

Саме група «готелі й аналогічні заклади» найбільше та найчастіше використовується у туристській діяльності. Значну частину клієнтів готелів й аналогічних закладів становлять саме туристи. Заселятись у готельні підприємства можуть і люди, що працюють або навчаються в цьому поселенні, а постійне помешкання мають - в іншому. Існують готелі не тільки короткочасного, а й тривалого проживання, тому ними користуються як помешканнями постійного проживання. Послуги готельних підприємств використовують офіційні особи, що прибувають у певну місцевість з конкретною місією, тимчасові переселенці, біженці тощо. Зважаючи на зазначене, зрозуміло, що клієнтами готелів й аналогічних закладів є не тільки рекреанти (в першу чергу - туристи), а інші категорії населення.

2. У спеціалізованих закладах розміщення надання місць для ночівлі є вторинним, а первинною є будь-яка інша спеціалізована функція:

- лікування і профілактика захворюваності приїжджих із застосуванням таких природних чинників, як клімат, море, мінеральна вода, лікувальні грязі - в оздоровчих (санаторно-курортних) закладах;

- набуття трудових навичок і оздоровлення - у таборах праці і відпочинку;

- переміщення пасажирів - у громадських засобах транспорту, де є спальні місця;

- організація конференцій, семінарів - у конгрес-центрах тощо [17].

Санаторно-курортні заклади В.І. Новикова [24] пропонує поділяти на спеціалізовані (санаторій, санаторій-профілакторій, курортна поліклініка, бальнеолікарня, грязелікарня, реабілітаційний центр), в яких функція санаторно-курортного лікування, профілактики, оздоровлення первинна, основна, базова, та загальнооздоровчі (пансіонат, будинок відпочинку, база відпочинку), де ця функція - вторинна, неосновна, другорядна.

Очевидно, що в таборах праці і відпочинку та у конгрес-центрах розміщуватися на ночівлю можуть не тільки люди, основною метою яких є рекреаційна діяльність, а інші категорії населення: у першому випадку - працівники переважно молодіжного віку, у другому - підприємці, учасники певних зібрань,

бізнесмени, офіційні особи та ін., яким після проведення службових засідань потрібно десь спати. Не весь громадський транспорт, основним завданням якого є переміщення пасажирів, можна віднести до спеціалізованих закладів розміщення, а лише ті засоби, де є спальні місця. Передусім до таких відносяться поїзди, морські та річкові судна. Серед цих громадських засобів транспорту із можливістю розміщення на ночівлю пасажирів виділяються види, що мають спеціалізацію на рекреаційній діяльності та в інших сферах життєдіяльності людини практично не використовується, - туристські поїзди та круїзні лайнери.

3. Інші колективні засоби розміщення включають:

а) житло, призначене для відпочинку (комплекси будинків, приміщення квартирною типу, що здаються в оренду, бунгало);

б) об'єкти кемпінгів, бухт для малих суден, де клієнту надається ночівля і ряд послуг типу інформаційних, торгових, дозвілєвих;

в) туристські, шкільні, студентські гуртожитки, будинки відпочинку для престарілих та подібні об'єкти соціальної значимості.

Індивідуальні засоби розміщення розраховані на обмежену кількість місць для ночівлі та надаються за плату, в оренду, безкоштовно. До них відносяться власне житло (квартири, вілли, котеджі, садиби); кімнати, які орендуються у приватних осіб або агентств; приміщення, що надаються безкоштовно родичами і знайомими.

Серед інфраструктурних об'єктів групи «засоби розміщення» виділяються ті, що використовуються виключно тільки у рекреаційній (передусім - туристській) сфері. До них, крім оздоровчих (санаторно-курортних) закладів, відносяться такі групи, як:

1) колективні засоби розміщення туристського спрямування;

2) туристські пасажирські транспортні засоби.

Перша група представлена турбазами, наметовими таборами, туристськими хижками, турстоянками, що обслуговують туристські маршрути, будинками рибалок і мисливців, альпіністськими таборами тощо. До другої ж групи

відносяться туристські поїзди, круїзні лайнери, спеціальні спальні автобуси та ін. Для пересування автодорогами та проживання у подорожі використовують також:

1) ротель, дім на колесах, автобудинок (motorhome) - автобус, обладнаний спальнею на кілька місць (від 3 до 6), телевізором, кухнею з плитою, холодильником, туалетом, деякі - ванною;

2) караван - спеціальний автомобільний причеп, обладнаний під житлову кімнату з усіма зручностями, буксирується легковим автомобілем або тягачем;

3) кемпер або бастай - навісний житловий вагончик або великий намет, що складається у навісному спеціальному кузові для легкового автомобіля - пікапі; після доставки автомобілем у кемпінг знімається і встановлюється на підготовлений майданчик.

Туристична інфраструктура Іспанії чудово розвинена та володіє якістю і різноманітністю. За даними іспанського Національного інституту туризму, в Іспанії налічуються велика різноманітність закладів готельного господарства.

Hostal (сімейний готель) – один з найдешевших варіантів ночівлі. Дуже схоже на хостел, але управляється частіше всього однією сім'єю, що створює атмосферу домашнього затишку, типового для Іспанії. Займають найчастіше невеликий особняк, що окремо стоїть, або один або декілька поверхів або під'їздів у великому будинку. Ванна може бути як в номерах, так і обіцяючи на поверсі. Відрізняється від звичайних готелів тим, що тут немає ресторану, басейну і інших видів розваги. У невеликих барах або кафетеріях живлення можуть надати самі господарі.

Pension (пансіон) – приватний сімейний готель. Дуже близько до Hostal, але нижче рівнем обслуговування. Зазвичай туристи зупиняються тут тільки, щоб переночувати одну ніч. Часто розташовані в житлових будинках в переобладнаних квартирах, де кожна кімната закривається на ключ, а кухня, ванна і туалет загальні.

Aparthotel / Residencia (апартаментель/резиденція) – складається з апартаментів, кожен з яких включає одну або декілька кімнат і кухню з необхідним набором посуду. Оплата береться за кожен апартамент незалежно від кількості тих, що проживають. Цей вид розміщення підходить невеликим компаніям або сім'ям.

Apartments / Apartamentos (апартаменти) – звичайні квартири в житлових багатоквартирних будинках, які здаються на тривалі терміни (зазвичай не менше одного тижня). Апартаменти оплачуються цілком залежно від терміну і незалежно від кількості тих, що проживають.

Casa Rural (сільський будинок) – замський будинок з великою територією, яка нерідко засаджена садом. Може знаходитися на рівнині, в горах або на березі.

Villa (вілла) – приватний будинок, на невеликій території якого може знаходитися басейн, тенісний корт, лужок або дитячий майданчик. *Palacio* (старовинний особняк) – розміщення в історичних будівлях є одним з найбільш дорогих в Іспанії.

Parador (заїжджий двір) – зазвичай належать державі і розташовані в середньовічних замках, монастирях, фортецях або палацах. Рівень обслуговування - 4-5.

Posada (сільський готель) – невелика садиба, перетворена на готель. Зазвичай розташовується в сільській місцевості. Крім ночівлі гостям може бути запропонований сніданок і невеликий бар.

Monasterio / Convento (монастир) – монастирі, що нерідко діють, дозволяють переночувати за символічну плату. Про надання кімнати обов'язково домовлятися по телефону заздалегідь. Важливо також не забути уточнити, монастир чоловічий або жіночий.

Albergue / Refugi (притулок) – невеликий опалювальний будиночок з кухнею, часто розташовується уздовж туристичних маршрутів в горах і національних парках. Їх розташування в обов'язковому порядку вказане на картах піших маршрутів. Притулки – міжнародна мережа, що має «притулки» в усіх основних містах і туристичних центрах. Вони розраховані переважно на молодь. Ночівля в 3-4 місному номері коштує 15-20 євро, але туриста поселяють тільки в тому разі, якщо йому вже виповнилося 27 років [45].

Кемпінг – для бажаючих подорожувати «дикуном» на автомобілях. У країні існує велика мережа кемпінгів, близько 800. Вони поділяться на категорії, як і

готелі. Туристичні кемпінги - це будь-яка, певним чином обгороджена ділянка землі, на якій пропонуються послуги та зручності у відповідності до категорії. Кемпінги пристосовано для людей, які згодні жити в наметах за певну плату.

Окрім готельних підприємств, вирізняються заклади розміщення, які не входять до системи готельного господарства. Сюди належать спеціалізовані установи лікувально-оздоровчого профілю та відпочинку, в яких розміщення не є їхнім основним видом діяльності, а ціни наближені до собівартості послуг.

1.2. Теоретична модель факторів розвитку готельного господарства

У сучасних умовах динамічного розвитку готельного господарства, стан та перспективи знаходяться під впливом багатьох факторів як зовнішнього так і внутрішнього середовища. Готельна господарство, як організація у сфері готельно-туристичного бізнесу, є відкритою системою, вона перебуває в безперервній взаємодії із зовнішнім середовищем і має з ним зворотній зв'язок. Для ефективного функціонування вона повинна вивчити зміни в оточуючому середовищі, аналізувати їх і відповідно реагувати на них [17], тому особливої актуальності набувають питання аналізу факторів які впливають на функціонування готельних мереж.

Усі фактори які впливають на стан та розвиток готельних мереж можна розділити на дві групи: зовнішні фактори та особисто-мотиваційні фактори.

Зовнішні фактори – це сили найбільш загального характеру, які впливають на індустрію із зовнішнього оточення, крім того, вони практично не підлягають контролю чи впливу з боку індустрії [16]. У свою чергу зовнішні фактори поділяються на дві групи, чи дві самостійні підсистеми: фактори непрямой та прямої дії [16] чи макросередовище (фактори загального плану) та безпосереднє оточення відповідно.

Фактори непрямой дії є такими, що впливають на діяльність організації не безпосередньо, а опосередковано, тобто через певні механізми та відносини [16]. У більшості випадків макросередовище не носить специфічного характеру по відношенню

до окремо взятої готельної мережі. Однак кожна з них відчуває на собі її вплив та не може управляти нею. Для готельних мереж які діють в межах внутрішнього ринку група факторів не прямої дії включає: науково-технічний, економічний, політико-правовий, соціально-культурний, міжнародний, природний, демографічний фактори.

Науково-технічний фактор. Технологічні нововведення впливають на ефективність виробництва і реалізацію послуг готельно-ресторанного бізнесу. Технологічні досягнення значною мірою доступні всім конкурентам, що зумовлює підвищення рівня конкурентної боротьби в усіх сферах діяльності [16].

Економічний фактор. Зміст впливу економічного фактора залежить насамперед від запровадженої політичної системи в країні та загального стану економіки, що визначається такими показниками, як: рівень інфляції та безробіття, курс національної валюти, відсоткова банківська ставка, ставка податків, тощо [16].

Дослідження **політико-правових факторів** макрооточення повинно проводитись у першу чергу для того, щоб мати чітке уявлення о намірах органів державної влади і управління у відношення розвитку суспільства і засобів проведення в життя державної політики [9].

Соціально-культурний фактор це фактор який визначає формування та сприйняття цінностей, смаки, традиції та норми суспільства. У готельно-ресторанному бізнесі переважну силу мають норми, прийняті у суспільстві країни розміщення підприємства та країн, представників яких обслуговує підприємство [16].

Міжнародний фактор особливого значення набуває для підприємств готельної мережі, діяльність яких пов'язана з обслуговуванням іноземних громадян.

Природні фактори – найважливіший елемент спонукання клієнтів к здійсненню подорожей и приваблювання туристів в той чи інший регіон або країну [9].

Вивчення **демографічних факторів** макросередовища займає при аналізі ринкових можливостях готельної мережі. Маркетинг повинен розглядати питання, які стосуються чисельності населення, розміщення його по окремим країнам і

регіонам, вікової структури з відокремленням працездатного населення, учнів та пенсіонерів.



Рис. 1.2 Фактори розвитку готельного господарства

Джерело: Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О.

Фактори прямої дії (безпосереднє оточення) є такими що безпосередньо впливають на діяльність організації. Безпосереднє оточення представлене тими складовими зовнішньої середи, з якими готельна мережа знаходиться у безпосередній взаємодії. До них відносять споживачів послуг, представників суміжних галузей, конкурентів, контактні аудиторії та постачальників.

Споживачі послуг – це фізичні та юридичні особи, що купують та споживають послуги, пропоновані підприємствами готельно-ресторанного бізнесу. Фінансовий стан підприємства залежить від його здатності визначити й опанувати певний споживчий ринок для реалізації вироблених ними послуг [9].

Важливим фактором прямої дії є діяльність конкурентів, підприємств які беруть участь у постійному змаганні за опанування споживчого ринку. Знання о якості послуг конкурентів складається із такої інформації як категорія, кількість та розмір номерів [19].

Друга група факторів які впливають на стан та розвиток готельних мереж – це особисто-мотиваційні фактори. Вони представляють собою достатньо складну групу факторів суб'єктивного характеру, діючих переважно комплексно та здійснюючих суттєвий вплив на вибір споживачів. Ця група факторів включає до себе підгрупи:

1. соціально-демографічні;
2. соціально-економічні;
3. мотиваційні;
4. поведінкові [9].

Підгрупа соціально-демографічних факторів включає до себе: чисельність споживачів, загальну кількість сімей і їх чисельний склад, етапи життєвого циклу родини, рівень освіти споживачів, національність, належність к релігійним концесіям та ін. [9].

Підгрупа соціально-економічних факторів включає до себе: загальну ємність ринку готельних послуг, сумарні грошовий прибуток споживачів, кількість вихідних днів, тривалість оплачуваних відпусток, загальну структуру прибутків і витрат споживачів, у тому числі витрати на відпочинок та подорожі.

Підгрупа мотиваційних факторів має велике значення, так як фактично формує поведінку споживачів. К мотиваційним факторам відносяться: тип особистості, соціальні ролі та статус, менталітет споживачів, тип темпераменту, образ життя, цінності орієнтації.

Підгрупа поведінкових факторів об'єднує фактори, які здійснюють вплив на поведінку споживачів при виборі та споживанні продуктів та послуг готельної індустрії. Вона включає до себе: ступінь інформованості споживачів о продуктах і послугах, відношення до продуктів та реакцію на їх споживання, статус користувача [9].

Таким чином, можна зробити висновок, усі фактори які впливають на функціонування готельних мереж можна розділити на дві групи: зовнішні фактори та особисто-мотиваційні фактори. Дослідження факторів які впливають на стан та розвиток готельних мереж є необхідною складовою їх діяльності, так як вони перебувають в безперервній взаємодії із зовнішнім середовищем та мають з ним зворотній зв'язок.

1.3. Методичні засади дослідження

Методологія в буквальному значенні є вченням про методи пізнання. При розробці методології економіки підприємства базовими принципами мають бути: принцип єдності теорії і практики; принцип визначеності; принцип конкретності; принцип об'єктивності; принцип причинності; принцип розвитку; принцип історизму.

Методологія дисципліни базується на єдності емпіричної і теоретичної сторін пізнання істини: від споглядання та абстрактного мислення до практики, що обумовлює виокремлення емпіричного, теоретичного та прикладного аспектів цього процесу. Емпіричний аспект пізнання ґрунтується на встановленні, реєстрації, висвітленні й систематизації факторів; теоретичний – на розкритті суті категоріального апарату, формуванні нових і доповненні існуючих теорій, передбаченні майбутніх сценаріїв розвитку процесів і явищ; прикладний – на розробленні практичних проєктів, програм, заходів підвищення результативності господарювання.

Вивчати економіку підприємств не можна без пізнання практики, постійних зв'язків з нею. При цьому особливого значення набуває наукове обґрунтування практичних аспектів виробництва, перспектив розвитку підприємства, виявлення закономірних тенденцій. Такий підхід дає змогу впроваджувати в практику новий передові досягнення. Обґрунтовуючи та поширюючи передовий досвід господарювання, потрібно зауважувати відмінності в умовах використання

природних ресурсів у різних регіонах, тобто простежувати порівнянність відповідних умов.

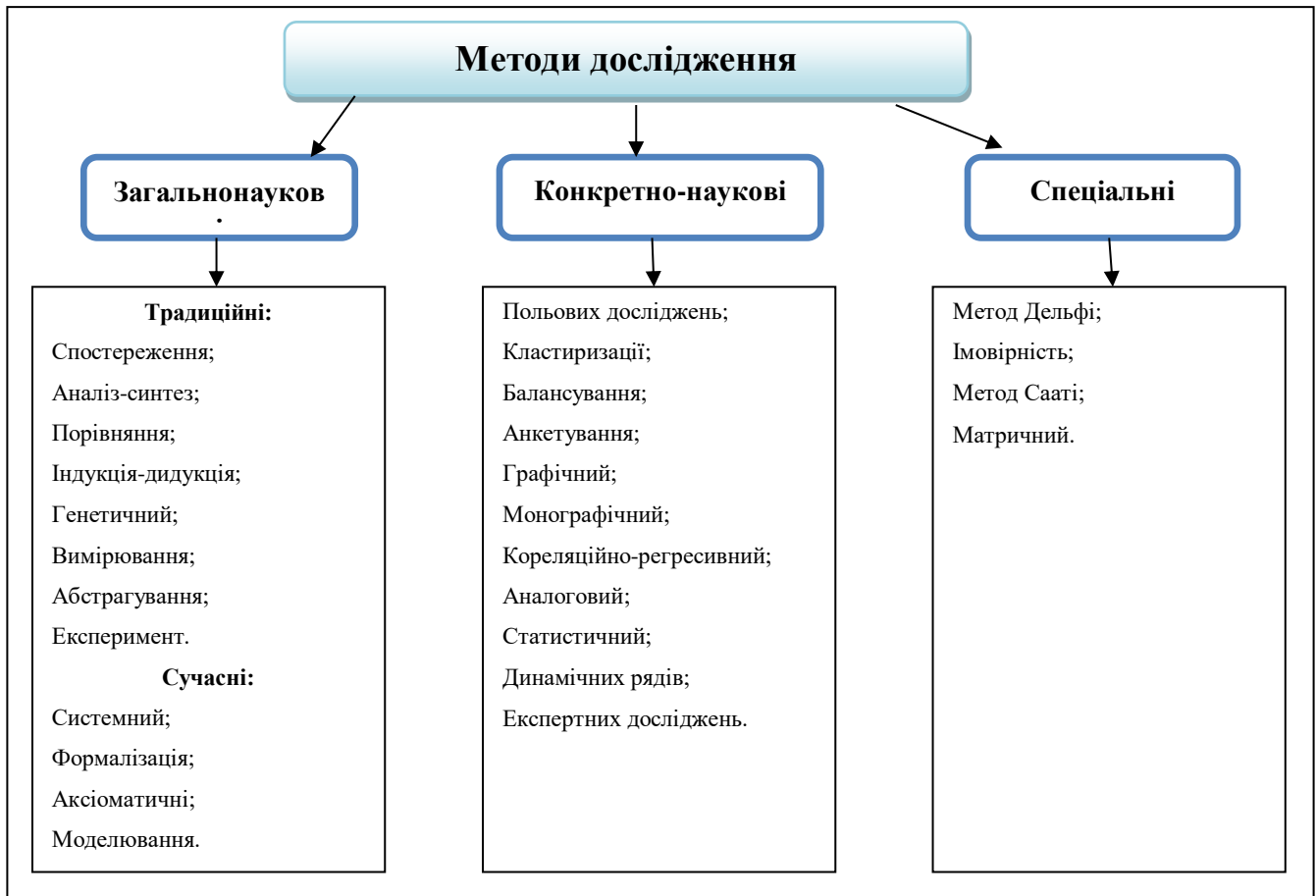


Рис. 1.3 Класифікація методів дослідження

Джерело: [13]

Дослідження сектору готельного господарства є науково-практичним завданням, яке ґрунтується на певній методології, що поєднує методи, прийоми, техніку, процедури та операції дослідження в певну ієрархічну систему, метою якої є пошук найоптимальніших шляхів вирішення поставлених завдань.

Центральним елементом всієї системи методології є метод. Метод дослідження - це система прийомів збору, обробки, представлення інформації для планомірного і цілеспрямованого вирішення наукових та практичних завдань. Сукупність методів і технологій, їх послідовність та взаємозв'язок складають методику дослідження.

Базовим методом дослідження обраний системно-структурний аналіз, який дозволяє, на підставі аналізу функціонування готельного господарства - суб'єктів діяльності, структурувати готельне господарство, виявити між-компонентні, територіальні та організаційно-управлінські взаємозв'язки, їх характер, види, форми.

Методика дослідження готельного господарства повинна відповідати сутності туризму як суспільного явища з властивою йому полікомпонентністю, структурованістю, нестрогою ієрархічністю та полі-функціональністю елементів системи. В методиці повинна бути відображена багатоаспектність діяльності в сфері готельного господарства відповідно до специфіки складової індустрії, особливості внутрішньої та міжнародної зв'язками з іншими галузями туризму, характерні риси туристичного споживання відповідно до масштабів дослідження. Саме реалізації зазначеної мети й прислуговує, обрана система суспільно-географічних методів дослідження.

Дослідження геопросторової організації сектору готельного господарства ґрунтується на застосуванні системи суспільно-географічних методів, підходів та прийомів, оскільки саме системність методів з властивою їм одночасністю застосування до різних складових туристичного ринку, можливістю використання на різних рівнях дослідження та послідовністю застосування при переході від одного рівня дослідження до іншого, взаємозв'язком, коли застосування одного з методів є частковим проявом іншого, більш широкого методу, дає найефективніші результати.

Покладений в основу дослідження **індуктивно-дедуктивний принцип** передбачає створення взаємопов'язаної системи методів, яка ґрунтується на відповідності частковим об'єктам дослідження, що є компонентами готельного господарства, найефективніший метод дослідження структури. Зазначений підхід передбачає наскрізний компонентний просторово-часовий аналіз емпіричного матеріалу і його подальший синтез з урахуванням дії світогосподарських законів і закономірностей. Такий підхід дозволяє, встановити напрямки, тенденції розвитку готельного господарства та визначити певні закономірності.

Компонентний просторово-часовий аналіз передбачає визначення:

- характерних ознак розвитку готельного господарства та формування споживчого ринку;
- комплексності, пропорційності розвитку індустрії готельного господарства, відповідності її територіальній структурі попиту, з одного боку, та політиці державного та міжнародного регулювання, з іншого;
- рівня споживання та його територіальної диференціації відповідно до умов ринкового середовища внаслідок просторово-часової структуризації попиту/пропозиції;
- форм геопросторової організації готельного господарства відповідно масштабам та специфіці діяльності.

Методично слід розрізняти макродослідження, що характеризують загальносвітові тенденції, особливості формування світового та макрорегіональних ринків; дослідження стану та напрямків розвитку національного ринку як складової регіонального та глобального ринків готельного господарства, та дослідження мікрорівня або маркетингові дослідження окремого підприємства. Методики та методи, що застосовуються, подібні за технікою та процедурою, але відмінні за механізмом аналізу.

Специфіка послуг розміщення робить їх предметом міжнародної торгівлі, що передбачає не тільки багаторівневність дослідження, а й узгодження методичного апарату при переході від одного до іншого рівня.

Основою дослідження є національний ринок Іспанії як інституційне організована одиниця з чітко визначеною політикою.

Методика суспільно-географічного дослідження ринку готельного господарства глобального рівня спрямована на визначення загальносвітових тенденцій як складової світового ринку, та виявлення сучасних форм геопросторової організації та розвитку готельного господарства, які забезпечують ефективність його функціонування в складі структур.

Системно-структурний аналіз, застосований до одиниць макрорегіонального дослідження, дозволяє, на основі класифікації та типології готелів, визначити суттєві відміни в рівнях та напрямках розвитку готельного господарства залежно від загальних тенденцій розвитку світового господарства і їх закріплення в формах геопросторової організації відповідно до перебігу процесу глобалізації і його проявів в діяльності таких суб'єктів глобального та макрорегіонального сектору готельного господарства як транснаціональні корпорації, держави та міжнародні організації.

Дослідження національного сектору розміщення передбачають виявлення стану внутрішнього сектору, відповідності та збалансованості галузевої та територіальної структури пропозиції відповідно структурованості попиту населення з метою впровадження туристичної політики, яка б дозволила країні зайняти певні позиції на регіональному та світовому ринках туристичних послуг. Основна увага при цьому приділяється економічним, соціально-культурним та екологічним аспектам туризму, впровадженню ідеї проведення відпочинку в подорожі, активному залученню туристсько-рекреаційних ресурсів та розширенню можливостей їх використання.

На мікрорівні в центрі уваги - умови функціонування суб'єктів діяльності розміщення на національному та галузевих ринках. Маркетингова методика дослідження діяльності підприємств на певному внутрішньому або зовнішньому видовому чи територіальному турринку має за мету підвищення ефективності діяльності, посилення конкурентоспроможності завдяки підвищенню якості власного продукту.

Таким чином, на кожному з рівнів дослідження вирішується певне коло завдань, взаємозв'язок яких дозволяє виявити механізм формування, функціонування та форми геопросторової організації готельного господарства.

Висновки до розділу 1

Отже, дослідження готельного господарства є багатограним, і передбачає аналіз сучасного стану і тенденцій розвитку готельного господарства в країні,

оцінку готельного господарства країни по туристичним регіонам. Туристичне дослідження готельного господарства має за мету визначити ступінь придатності та унікальності закладів розміщення, оцінити потенціал та можливості використання природно-рекреаційних ресурсів з оглядом на екологічні вимоги. Важливим при туристичному дослідженні готельного господарства є застосування методу картографічного моделювання, який дозволяє отримати інформацію про об'єкти дослідження.

Усі фактори які впливають на функціонування готельних мереж можна розділити на дві групи: зовнішні фактори та особисто-мотиваційні фактори. Дослідження факторів які впливають на стан та розвиток готельних мереж є необхідною складовою їх діяльності, так як вони перебувають в безперервній взаємодії із зовнішнім середовищем та мають з ним зворотній зв'язок.

Розвиток країни як світової туристичної дестинації обумовлений не лише наявністю значного ресурсного туристичного потенціалу, а й високим розвитком економіки країни, яка з кожним роком розвиває та удосконалює готельне господарство, що є головною складовою в туристичній подорожі.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В ІСПАНІЇ: ТУРИСТИЧНИЙ АСПЕКТ

2.1 Передумови розвитку готельного господарства

У наш час туризм є дуже популярним майже у кожній країні світу. Тому основною тенденцією економічного ринку є розширення сфери послуг. В наслідок чого з'являються нові сегменти та сектора ринку, види послуг та технології. Серед усього цього особливе місце займає готельне господарство.

Рівень розвитку готельного господарства для туристичної діяльності є дуже важливим, тому такі вчені досліджували дану тему Безуглий В.В., Вовк С.В., Гарін В.Н., Мальська М.П., Серебрянська А.О., Смаль І.В. та ін.

Смаль І.В. досліджував Південноєвропейський туристичний район, а саме Європейське Середземномор'я як один із найбільш популярних і відвідуваних туристичних районів світу. Смаль вважав, що це завдяки комфортному для відпочинку погодно-кліматичним умовам, тепле море зі зручними пляжами, ландшафтне і природне біологічне різноманіття, розвинута транспортна і туристична інфраструктура та давні традиції гостинності, надзвичайно багата культурна спадщина перетворили Південну Європу на "мекку" міжнародного туризму. Провідними туристичними державами району є Іспанія й Італія, які щороку обслуговують до 70 і 50 млн туристів відповідно.

На розвиток готельного господарства Іспанії суттєво вплинули історичний чинник; географічне положення; сучасне геополітичне положення країни; наявність туристичних ресурсів; стан розвитку інфраструктури та економіки.

Готельне господарство – частина соціальної інфраструктури регіону, яка створює сприятливі умови для руху, облаштування населення. Без розвинутого готельного господарства неможливий розвиток туризму, ділових стосунків,

вдосконалення виробничих відносин. Досвід інших країн свідчить, що готельне господарство відіграє значну позитивну роль в забезпеченні населення відповідними послугами. У цій галузі задіяна значна кількість населення, існує прагнення до покращення роботи в умовах постійно існуючої ринкової конкуренції, забезпечуючи рентабельну їх роботу.

Загальні відомості про країну. Офіційна назва країни – Королівство Іспанія. Країна розташована на південному заході Європи на Піренейському півострові і займає майже 85 % його території. До складу країни також входять два архіпелаги: Пітіузкі острови в Середземному морі, і Канарські острови біля узбережжя Африки в Атлантичному океані. Африканські анклавни Сеута, Мелілья та Пеньон-де-Велес де ла Гомера роблять Іспанію єдиною європейською країною, яка має фізичний кордон з африканською країною Марокко. Іспанія віддалена від північної Африки усього на 13 км.



Рис.2.1 Географічного положення Іспанії

Площа Іспанії – 505,9 тис. км² є найбільшою країною Південної Європи, другою за величиною країною Західної Європи та Європейського Союзу, населення – понад 40 млн. чол., столиця – Мадрид, дивно розташувалася майже в центрі країни. За формою державного правління Іспанія є парламентською (конституційною) монархією, унітарною державою. Іспанія поділяється на 19 автономних областей: Андалузія, Арагон, Астурія, Балеарські острови, Країна Басків, Канарські острови, Кантабрія, Кастилія і Леон, Кастилія-Ла-Манча, Каталонія, Сеута, Естремадура, Галісія, Мадрид, Мелілья, Мурсія, Наварра, Ла-Ріоха, Валенсія, Що поєднують 50 провінцій.



Рис 2.2 Адміністративна карта Іспанії

У сучасних умовах динамічного розвитку готельних мереж, їх стан та перспективи знаходяться під впливом багатьох факторів як зовнішнього так і внутрішнього середовища. Готельна мережа, як організація у сфері готельно-туристичного бізнесу, є відкритою системою, вона перебуває в безперервній взаємодії із зовнішнім середовищем і має з ним зворотній зв'язок. Для ефективного функціонування вона повинна вивчити зміни в оточуючому середовищі, аналізувати їх і відповідно реагувати на них, тому особливої актуальності набувають питання аналізу факторів які впливають на функціонування готельних мереж.

Науково-технічний фактор. Науково-технічний прогрес - Це процес безперервного розвитку науки, створення і впровадження нової, більш прогресивної і високоефективної техніки, технології, наукової організації праці і виробництва, економічних видів сировини, матеріалів, енергії в інтересах досягнення найвищого ефекту при найменших витратах, полегшення і поліпшення умов праці.

Будуються сучасні готельні підприємства, оснащені за останнім словом техніки, високотехнологічні споруди спортивно-оздоровчого, культурного призначення, з'являються нові технології в обслуговуванні туристів.

Архітектурно-планувальне рішення готельних, туристичних і санаторно-курортних комплексів.

Імідж готелю - поняття складне і багатогранне, він стає результатом втілення в життя концепції готелю, тієї ідеї, яка лягає в основу його створення. Можна сказати, що позитивний імідж з'являється при гармонійній єдності форми і змісту. При цьому архітектурне рішення готелю є формою, а робота сервісних служб - змістом.

Архітектура готелю або готельного комплексу - поняття складне і багатогранне, що включає в себе зовнішній вигляд будівель, їх внутрішнє планування, ландшафтну організацію території і внутрішнє оздоблення приміщень. Кожна складова важлива і самостійна, але тільки в комплексі, з'єднуючись в одне

гармонійне ціле, вони стають закінченим художнім образом, відповідним загальній ідеї готелю.

Роль архітектури у формуванні іміджу готелів надзвичайно важлива. Виразний архітектурний вигляд стає тим візуальним чинником, який виробляє найперше і сильне враження на клієнта. Аналізуючи різноманіття існуючих на сьогоднішній день в світі готелів і готельних комплексів, можна зробити висновок, що практично всі сучасні архітектурні напрями і течії знайшли тут своє відображення. Це пов'язано з тим, що цей складний і комплексним за своїм призначенням об'єктом, який поєднує в собі поряд з житлом суспільно-розважальні функції, готель дозволяє архітекторові втілити найсміливіші новаторські ідеї, створити виразний образ, що запам'ятовується.

Саме створення такого яскравого образу, а не просто споруди, і є тією метою, яку ставить перед автором проекту замовник-інвестор. При цьому важливо, щоб об'єкт був гармонійно вписаний в існуючу забудову або навколишній природний ландшафт. Виразний пластичний вигляд, самобутній, запам'ятовується інтер'єр, використання національних особливостей місцевої архітектури і традиційних матеріалів - ось ті архітектурні засоби, якими створюється неповторна атмосфера - невід'ємна частина іміджу готелю.

Сучасні засоби розміщення відрізняються за призначенням, місткістю, рівню комфорту, режиму експлуатації. Всі ці фактори враховуються при проектуванні і впливають на якісний і кількісний склад приміщень підприємства.

Економічний фактор. розвинена індустріально-аграрна країна. За обсягом промислової продукції в кінці ХХ ст. вона посідала 5-е місце в Європі і 8-е — у світі. Основні галузі промисловості: текстильна, харчова, металообробна, хімічна, кораблебудування, машинобудування, туризм. Транспорт — залізничний, автомобільний, морський.

За даними [Index of Economic Freedom, The Heritage Foundation, U.S.A. 2019]: ВВП — \$ 1864,4 млрд. Темп зростання ВВП — 4,3 %. ВВП на душу населення — \$ 40135. Прямі закордонні інвестиції — \$ 9,2 млрд.

Імпорт \$ 145,3 млрд (Франція — 18 %, Німеччина — 15 %, Італія — 9,7 %, Бельгія та Люксембург — 7,7 %, Велика Британія — 7,5 %).

Експорт \$ 147,6 млрд (г.ч. Франція — 19,6 %, Німеччина — 13,6 %, Італія та Португалія — по 9,3 %, Велика Британія — 8,4 %).

Політико-правових факторів. Закон призначений сприяти, заохочувати та регулювати сталий розвиток туристичної діяльності. Його застосування є обов'язковим на трьох (3) рівнях управління: національному, регіональному та місцевому за координацією з різними суб'єктами, пов'язаними із сектором. Сектор розміщення, як частина туризму, регулюється принципами, що містяться в цьому Законі, та спеціальними правовими положеннями, що стосуються цієї діяльності.

Сталий розвиток: Розвиток туризму повинен прагнути відновлення, збереження та взаємодія культурної спадщини, природної та соціальної. Відповідальне використання, покращення якості життя місцевого населення та посилення їх соціального та культурного розвитку, екологічного та економічного.

Включення: Туризм сприяє економічній інтеграції. Соціальна політика яка сприяє культурний розвиток для соціально виключених та вразливих груп, а також людей з інвалідністю будь-якого виду, що обмежує їх діяльність та активну участь у суспільстві.

Заохочення приватних інвестицій: Держава заохочує та сприяє приватним інвестиціям таким чином, сприяє створенню робочих місць, покращенню якості життя приймаючого населення та перетворенню туристичних ресурсів у стійкі туристичні продукти.

Децентрафікація: Розвиток туризму є відповідальністю і передбачає участь та взаємодію регіональних органів влади муніципалітети та місцеве населення на пряму це приводить до вигоди для населення.

Якість: За узгодженням з різними напрямками туристичної діяльності. Він повинен сприяти та заохочувати якість туристичних напрямків для задоволення туристів. а також дії та механізми, що дозволяють захищати їх права.

Соціально-культурний фактор це фактор який визначає формування та сприйняття цінностей, смаки, традиції та норми суспільства.

Столиця Іспанії – Мадрид. Зародження міста пов'язане з будівництвом фортеці арабським еміром Мохамедом для захисту від можливих спроб іспанців відвоювати свої землі і звільнитися від влади арабів. У результаті Реконквісти до кінця XV ст. увесь Піренейський півострів було звільнено. Вирішальним у долі Мадрида став 1561 р., коли король Філіп переніс сюди із Толедо столицю держави і Мадрид став центром політичного і культурного життя Іспанії, це відіграло важливу роль в стилістиці побудови готелів тих часів.

Паломництво до Сантьяго-де-Компостела – явище унікальне. Але зараз для більшості з тих, хто обирає цей шлях, який перетворився на популярний туристичний маршрут, головним спонукальним мотивом до подорожі є власне дорога, яку бажано пройти пішки. Під час мандрівки на першому плані є емоції, враження, знайомства, випробування власних сил, пошук внутрішньої гармонії чи спокою, а поклоніння мощам Святого Якова перетворюється на другорядну мету. Паломники також відвідують підприємства готельного господарства, які в свою чергу дуже різноманітні, з кожним роком паломників з'являється більше тому цей регіон потребує збільшення ліжко-мість в закладах готельного господарства.

Міжнародний фактор особливого значення набуває для підприємств готельної мережі, діяльність яких пов'язана з обслуговуванням іноземних громадян.

Sol Melia – лідируюча в Іспанії група готелів, якій належить більше 230 готелів в 30 країнах світу. Компанія займає одне з провідних місць у світі і працює у всіх основних курортних центрах світу. Заснована в 1956 р. Після покупки готельного об'єднання в 1987 р. ланцюг є третьою за величиною в Європі. Готелі групи Melia спеціалізуються на бізнес туризмі, а групи Sol-на відпочинку. У середині ланцюга існує своя класифікація готелів. В якості прикладу найбільш відомих готельних консорціумів можна назвати такі як "TheLeading Hotels of the World" ("Провідні готелі світу") і "Romantic Hotels" ("Романтичні готелі Європи").

Природні фактори геотуристичне положення країни напрочуд вигідне. Вона має вихід до узбережжя теплих морів, розташовується у безпосередній близькості від головних споживчих туристичних ринків на території з ландшафтним

розмаїттям і комфортними погодно-кліматичними характеристиками, які притаманні для значної частини території країни протягом більшої половини року. До специфічних рис геотуристичного положення Іспанії належить наявність двох міст на території Африки та острівних територій, природні умови яких дозволяють цілорічно розвивати пляжно-купальний відпочинок. Королівство володіє унікальною культурною спадщиною, яка стала наслідком тривалої взаємодії християнського й ісламського світів. Іспанія багата на природні, суспільні і подієві туристичні ресурси.

Головний осередок природних туристичних ресурсів Іспанії – середземноморське узбережжя та острови. Середземноморське узбережжя включає відомі курортні зони: Коста Брава, Костадель Маресме, Костадель Гарраф, Коста Даурада, Коста Азаар, Коста Бланка, Костадель Соль. Виділяється також острівна частина, в яку входять Майорка, Ібіса, Гран Канарья, Тенеріфе.

Коста Брава, що в перекладі означає "дикий, скелястий берег" – знамените узбережжя Каталонії, що простягнулося від кордону з Францією до курортного міста Бланес.

Скелі, які обриваються в море і дивовижні піщані пляжі - особливі риси ландшафтів цієї частини узбережжя. До найбільш відомих туристичних центрів Коста Брава належать Паламос, Льорет де Мар (популярний молодіжний курорт), Бланес, що славиться своїм ботанічним садом.

Костадель Марісме ("болотистий берег") – наступна на південь частина узбережжя Каталонії. Найбільш відомі туристичні центри – Малграт де Мар, Пінеда де Мар, Калелла та ін.

Далі на південь лежить узбережжя Коста Даурада - "золотий берег", названий так за морські пляжі з дрібного м'якого жовтого піску. Гордістю Коста Даурада є другий за величиною тематичний парк Європи – Порт Авентура.

На території області Валенсія розташована 120-тикілометрова частина узбережжя під назвою Коста Азаар з центром у місті Кабельон.

На південь від Валенсії розкинулася знаменита Коста Бланка – "білий берег" – частина узбережжя з відомими курортами Ганді, Хавеа, Бенідорм, Аліканте.

Бенідорм, зокрема, відомий тим, що на околицях знаходиться тематичний парк Терра Мітіко, де в мініатюрі представлені давні легендарні цивілізації Середземномор'я. Територія Валенсії – це не тільки середземноморське узбережжя, а і внутрішні аграрні райони, які представляють інтерес для мандрівників через значну кількість природних заповідників. На крайньому півдні Андалусії розташований відомий курортний район – узбережжя Коста-дельСоль – "берег сонця". Ця частина Іспанії відома фешенебельними курортними центрами.

"Зелена Іспанія" – узбережжя Біскайської затоки. Ця частина країни, не дивлячись на красу природних ландшафтів і сприятливість літніх погоднокліматичних характеристик, поки ще не повною мірою залучена до туристичного використання.

Демографічні фактори Ібіса, третій за величиною острів Балеарського Архипелагу, визнаний у всьому світі як один із кращих курортів для молоді. Сюди в пошуках розваг з'їжджається молодь з усієї Європи.

Фактори прямої дії (безпосереднє оточення) є такими що безпосередньо впливають на діяльність організації. Безпосереднє оточення представлене тими складовими зовнішньої середовища, з якими готельна мережа знаходиться у безпосередній взаємодії. До них відносять споживачів послуг, представників суміжних галузей, конкурентів, контактні аудиторії та постачальників.

Підгрупа *соціально-демографічних факторів*



Рис. 2.3. Кількість туристичних прибуттів до Іспанії

Джерело: складено за даними Інституту туризму Іспанії

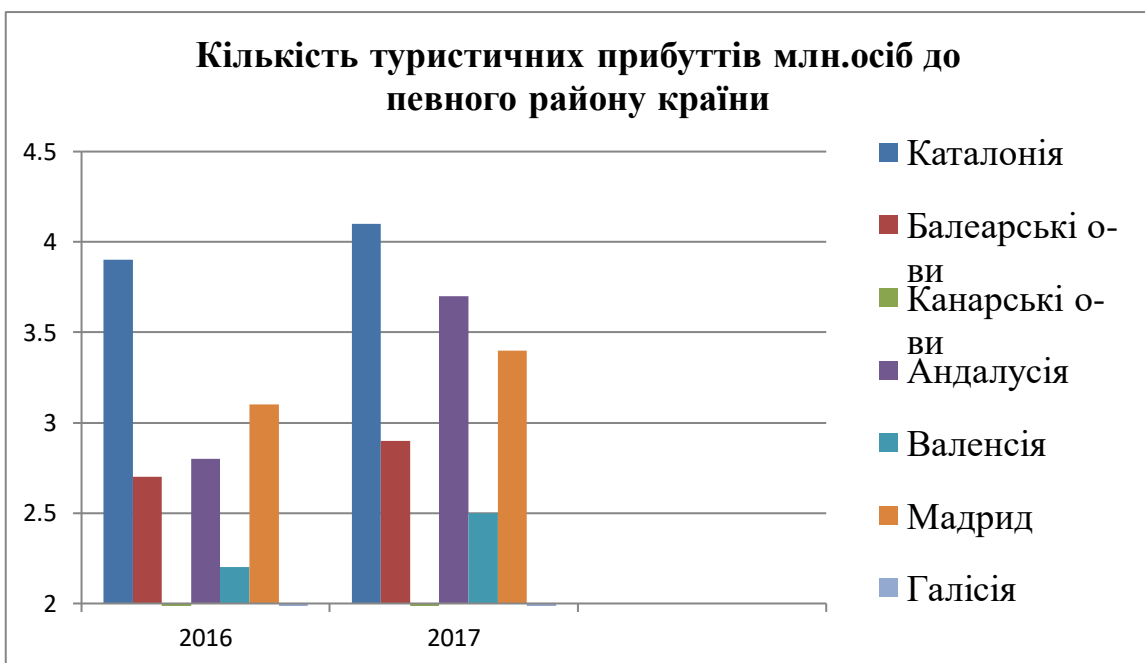


Рис 2.4 Кількість туристичних прибуттів млн. осіб до певного району країни

Підгрупа *соціально-економічних факторів*



Рис. 2.4 Доходи Іспанії від туризму

Джерело: складено за Інституту туризму Іспанії

Підгрупа *мотиваційних факторів* до них відносяться: тип особистості, соціальні ролі та статус, менталітет споживачів, тип темпераменту, образ життя, цінності орієнтації.

Підгрупа *поведінкових факторів* об'єднує фактори, які здійснюють вплив на поведінку споживачів при виборі та споживанні продуктів та послуг готельної індустрії.

2.2 Структурно-динамічні особливості готельного господарства

В Іспанії питання туризму координує Державний секретаріат з питань торгівлі, туризму та малого бізнесу, підлеглий Міністерству економіки. Крім Держсекретаріату Міністерству підпорядковуються: Центральна дирекція з туризму (адміністративні питання, розробка загальних напрямів державної політики у сфері туризму); готельна мережа «Paradores» (83 готелі, розміщені в будинках, що становлять історичну цінність); два виставково-конгресних центри (в Мадриді й Малазі) та Іспанський Інститут Туризму – «Turespasa» [43].

Повноваження самого Міністерства економіки невеликі. Такі важливі функції, як ліцензування, сертифікація послуг, ведення статистичних даних, розробка стратегії розвитку туристичної індустрії є прерогативою місцевої влади.

Іспанський інститут туризму «Turespasa» займається залученням іноземних туристів, здійснюючи рекламну діяльність та промоцію іспанських курортів за кордоном. Дана організація має широку мережу інформаційних офісів в Іспанії та 29 представництв у 21 країні світу. Інститут повністю фінансується з держбюджету. Державне управління туризмом в Іспанії реалізується за умов передачі повноважень регулювання туризмом багатогалузевому міністерству. В такому міністерстві створюється спеціалізований підрозділ, що вирішує питання державного регулювання сфери туризму та проводить відповідну маркетингову діяльність.

Діяльність готельної індустрії є вигідною регіонам, які беруть участь у цьому процесі. Державна влада є зацікавленою у розвитку цієї сфери. Тому існує три варіанти підходу до регулювання готельного бізнесу:

- а) авторитарне управління всією індустрією готельного бізнесу в країні;
- б) помірне втручання з регулюванням та координацією діяльності готельного бізнесу органами адміністрації;
- в) байдужість до сфери готельного бізнесу, як соціального та економічного явища, до прибутковості готельного бізнесу.

На території Іспанії функціонує мережа державних закладів розміщення туристів. Вона підпорядковується Державному міністерству по туризму. Заклади такого типу розміщені в найбільш мальовничих районах, де відсутні інші типи підприємств розміщення. Представляються вони фортецями, замками, палацами. Вони обладнані під готелі класу люкс.

В сучасні роки туризм є однією з основних галузей господарства Іспанії. Індустрія готельного бізнесу є великою самостійною галуззю економіки, яка складається з групи галузей і підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку та розваг. Одним з основних видів надання послуг у сфері туризму є готель.

За даними нещодавнього опитування 71% туристів вважали за краще зупинятися в готелях (34,1 мільйон чоловік). У родичів та друзів розміщувалося 15% туристів (7,4 мільйона). 7% туристів зупинялися в приміщенні, що знімалося. Середній період мешкання туристів в готелях склав 7 днів рівно, тоді як безкоштовне мешкання (у друзів, в сім'ї або у власному будинку) тривало в середньому 13 днів, а в тимчасово-знятому приміщенні - 11 днів.

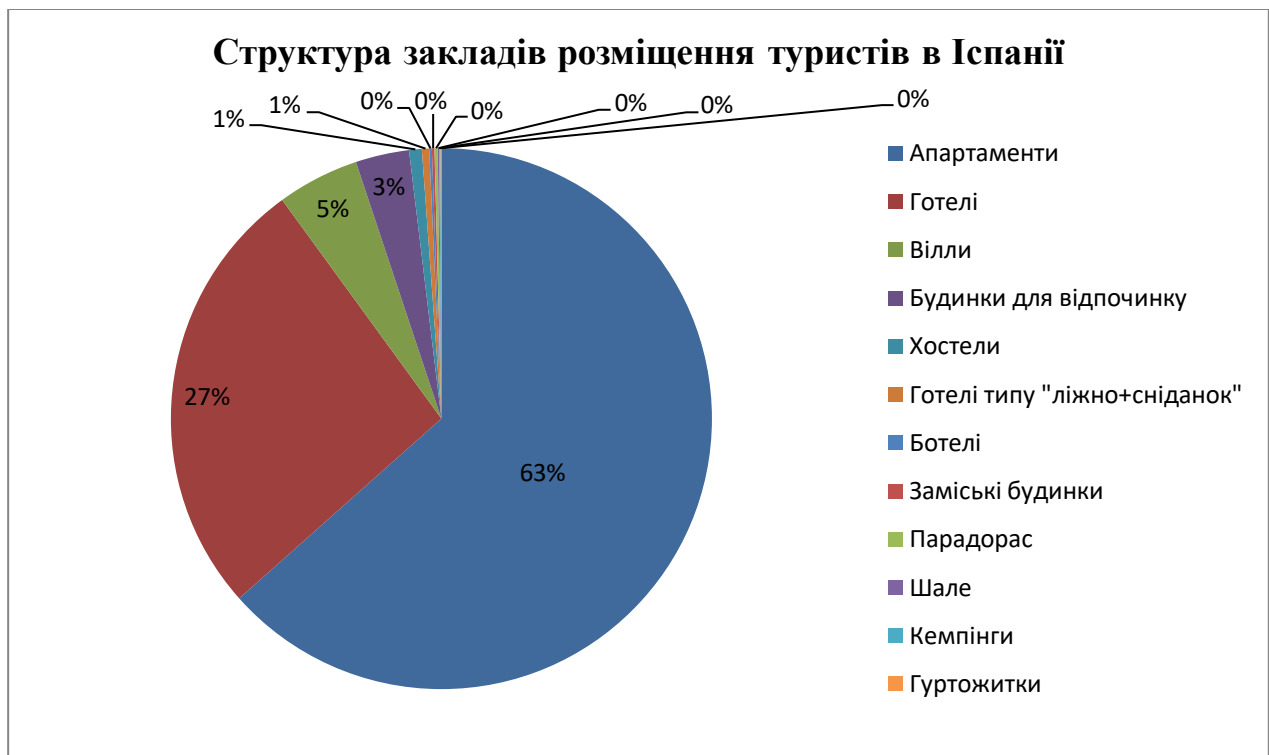


Рис 2.5 Структура закладів розміщення туристів в Іспанії

Джерело: складено за Національним інститутом статистики рік

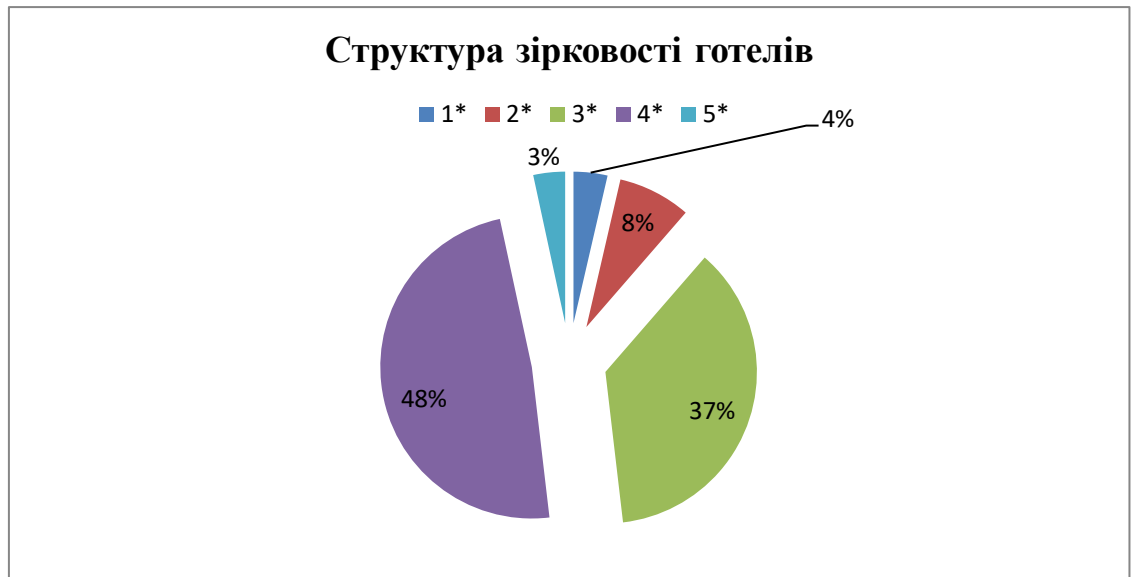


Рис 2.6 Структура зірковості готелів

Джерело: складено за Національним інститутом статистики 2019 рік

Найбільші групи 3 зірки - середньостатистичний і найбільш поширений тип готелів зі стандартним комплексом послуг. У всіх номерах свій санвузол, кондиціонер, фен, холодильник або міні-бар і телевізор. Прибирання, як правило, виконується щодня. Постояльцям в обов'язковому порядку видаються рушники. Площа номера складає, щонайменше, 12 квадратних метрів. На території готелю є їдальня або ресторан, пральня, тренажерний зал, бізнес-центр, басейн.

4 зірки - готель високого класу, в якому представлене все вище перераховане, а також присутні спеціальні послуги, зокрема, спа-процедури, масажі, наявність декількох конференц-залів чи ресторанів. Площа номера повинна становити не менше 13 квадратних метрів. У ванній кімнаті, крім набору рушників для різних потреб, є також засоби особистої гігієни: шампунь, мило, гель для душу та інше. Опціонально - капці та банні халати. Готель має власну простору територію, можлива наявність басейну чи тераси. Інтер'єр оформлений в єдиному стилі, в коридорах килимове покриття, живі рослини, картини на стінах. Також повинна бути передбачена власна парковка, бажано, але не обов'язково - служба прокату автомобілів.

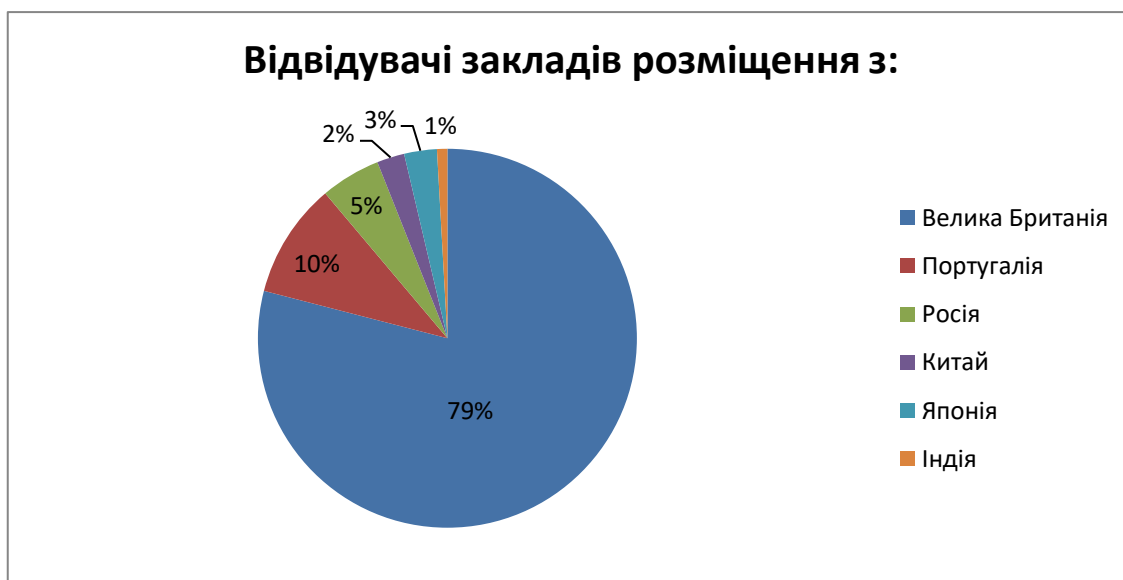


Рис 2.7 Відвідувачі закладів розміщення

Джерело: складено за Національним інститутом статистики 2019 рік

У минулому році найбільш значним було зростання туристичного потоку з азійських країн. Кількість візитів з Філіппін зросла на 58,5% до 86 тисяч осіб, з Індії - на 47,5% до 206,5 тисяч осіб, Китаю - на 26% до 550,7 тисяч, Японії - на 24% до 649 тисяч.

Серед європейських туристів в 2018 році спостерігалися низькі темпи зростання, і в деяких випадках були зафіксовані падіння. У минулому році Іспанію відвідало 18,5 млн туристів з Великобританії, що на 1,6% менше в порівнянні з 2017 роком. Число туристів з Португалії зросло на 9,75% до 2,3 млн. Зростання турпотоку з Італії та Нідерландів не перевищив 4%. Число бельгійських туристів збільшилася всього на 1%, французьких - на 0,7%, ірландських - 0,15%.

Число російських туристів зросло на 6,3% і перевищила 1,2 млн осіб. Таким чином, зберігається тенденція до зростання, що спостерігається протягом останніх трьох років, хоча його темпи сповільнилися.

Найпомітнішим було скорочення турпотоку з ОАЕ - на 12,9%, Швейцарії та Канади - на 8,5%.

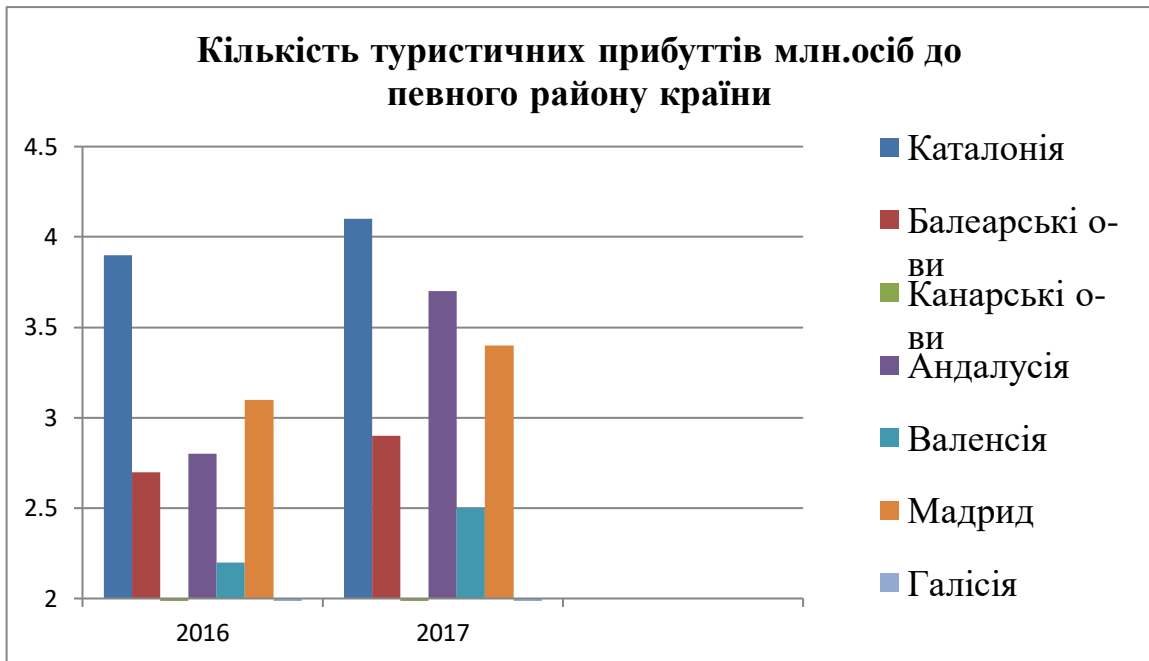


Рис 2.8 Кількість туристичних прибуттів млн. осіб до певного району країни

Джерело: складено за Національним інститутом статистики 2019 рік



Рис 2.9 Топ 5 по кількості закладів розміщення по районам

Джерело: складено за Національним інститутом статистики 2019 рік

За проаналізований 2019 рік готелі Іспанії були заповнені в середньому на 70%, що на 2% перевищує показники 2018 року.

Звичайно, показники заповнюваності іспанських готелів варіюються залежно від регіону – чим ближче готель до моря, тим вище цей показник.

Мабуть, найвищу завантаженість в готельній індустрії Іспанії за цей період продемонстрували готелі, розташовані в Каталонії, на півдні Андалусії, на Канарських і Балеарських островах. Готелі цих іспанських регіонів завантажувалися в середньому на 85%.

Готелі Галісії і Кантабрії за досліджуваний період заповнювалися в середньому на 70%. У готелях Країни Басків показати цей був трохи нижче – він становив 65%. Готелі у Ла-Ріоха, Арагоні і Наваррі з липня по вересень 2019 були завантажені на 60%, а кастильські і мадрридські готелі продемонстрували завантаженість в 55%. Серед іспанських регіонів найнижчі показники заповнюваності демонструють готелі у північній Андалусії, Кастилії-ла-Манші і Естремадура – лише на 40%.

Але серед іспанських популярних курортів також є такі комплекси, готелі яких в період з липня по вересень виявилися завантажені майже повністю. Позначку в 90%, наприклад, перевищили готелі Ібіци, Бенідорм, Коста Дорада, Коста-дель-Соль і південного берега Тенеріфе.

Примітно, що англійські і німецькі туристи віддають більшу перевагу Балеарським островам і південній частині Андалусії, а французи воліють Валенсію, Андалусію і Каталонію. Італійські туристи, які зазвичай відвідують Мадрид і Канарські острови, влітку цього року для відпочинку вибрали південь Андалусії і Балеари. А найбільша кількість туристів в Іспанії прибуває на відпочинок зі Східної Європи.

Рекомендація Ради Європейського Союзу та поправки до неї застосовуються в Іспанії згідно з наказом INT / 595/2020 від 2 липня, який змінює критерії застосування тимчасового обмеження обов'язкових поїздок з третіх країн до Союзу Європейські та асоційовані з Шенгенськими країнами з міркувань громадського порядку та охорони здоров'я внаслідок кризи охорони здоров'я, спричиненої COVID-19, про надання послуг з проживання в закладах розміщення в кількості не більше ніж 20% завантаженості.

2.3 Рівень розвитку готельного господарства

Туристична інфраструктура Іспанії чудово розвинена та володіє якістю і різноманітністю. За даними Національного інституту статистики в Іспанії понад 42 тисячі закладів розміщення, за даними іспанського Національного інституту туризму, в Іспанії налічуються понад 18 тисяч готелів, з яких 9780 готелі відносяться до категорії чотирьох та п'яти зіркових. Середня кількість місць в закладі розміщення складає 94. Вони становлять близько 52% всіх Іспанських готелів і майже четверта частина від загальної кількості місць розміщення. У цьому секторі працюють 33 тис. службовців. В цілому загальна кількість ліжко місць в Іспанії складає 1.7 млн. з яких 56% належить готелям.



Рис 2.10 Кількість готелів в європейських країнах тисяч одиниць



Рис 2.11 Кількість місць у готелях тисяч

Туристична інфраструктура Іспанії чудово розвинена та володіє якістю і різноманітністю. За даними Національного інституту статистики в Іспанії понад 42 тисячі закладів розміщення, за даними іспанського Національного інституту туризму, в Іспанії налічуються понад 18 тисяч готелів, з яких 9780 готелі відносяться до категорії чотирьох та п'яти зіркових. Середня кількість місць в закладі розміщення складає 94. Вони становлять близько 52% всіх Іспанських готелів і майже четверта частина від загальної кількості місць розміщення. У цьому секторі працюють 33 тис. службовців. В цілому загальна кількість ліжко місць в Іспанії складає 1.7 млн. з яких 56% належить готелям.

Забезпеченість населення місцями у готелях, місць/тис.чол.



Рис 2.11 Забезпеченість населення місцями у готелях, місць/тисяч чоловік

Найбільше кількість готелів розташована в Каталонії (3197 готелів і готельних закладів), а найбільше число місць пропонують Балеарські острови (301957). До послуг туристів також 58.8 тис. ресторанів і 226 тис. барів, 172 майданчики для гольфу, 27 гірськолижних станцій, 226 спортивних портів, призначених для занять парусним спортом.

В Іспанії немає державної класифікації готелів. Кожен регіон вирішує це питання на місцевому рівні. Відмінності між регіонами невеликі, загального все-таки більше. Кожен засіб розміщення повинен бути обладнане системою протипожежної безпеки і звуковим сповіщенням. Прейскурант на послуги повинен бути опублікований на видному місці. Нижче приведені мінімальні вимоги до кожного рівня.

Готелі на іспанських курортах переважно міські і знаходяться в невеликих містечках з безліччю магазинчиків, барів, ресторанів і дискотек, не мають власних пляжів.

На узбережжях Коста-Брава і Коста-Дорада переважають готелі категорії 3 *, а п'ятизіркових дуже мало. Ці курортні зони є більш економічними. На островах Майорка і Ібіца рівень цін трохи вище і представлені готелі всіх категорій. Коста-дель-Соль і острів Тенеріфе вважаються найпрестижнішими курортами. Тут

найбільш поширені готелі категорій 4 * і 5 *. Загальні правила - користування басейнами, а також лежачками на території більшості готелів безкоштовне. Готель не несе відповідальності за документи, гроші і цінні речі, якщо вони не зберігаються в сейфі.

Номери більшої частини тризіркових готелів, за винятком найдешевших, мають кондиціонери, супутникове телебачення, сейфи. Варто пам'ятати, що в багатьох готелях рівня 2 *, 3 * та 4 * кондиціонери включаються не по погоді (коли жарко), а за розкладом (наприклад, з 1 липня). Підлоги в готелях, як правило, викладені плиткою. Зміна постільної білизни проводиться два рази на тиждень, рушники міняють щодня. З парфумерних приладдя покладається мило, рідко шампуні, серветки. У готелях 4 * в номери додатково приносять шампунь і гель для гоління. Наявність фена і міні-бару не є обов'язковим навіть у готелях категорії 4 *.

Такі послуги, як прання, прасування і чищення одягу, надаються в готелях категорій 4 * і 5 *, а також в деяких готелях 3 * (мінімальний час виконання замовлення - доба, ціни можна дізнатися на рецепції). У деяких готелях 3 * і 4 * можна взяти напрокат праску.

У день від'їзду необхідно звільнити номер до 10.00 (тільки в Каталонії) або 12.00, попередньо оплативши рахунок за користування міні-баром і телефоном. До приходу автобуса речі можна залишити в камері зберігання або на рецепції.

Харчування в переважній більшості готелів категорій 2 *, 3 * та 4 * організоване за принципом шведського столу з широким вибором страв. Напої на обід і вечерю оплачуються додатково (банка кока-коли або пива коштує приблизно 1,5 євро). Чи не дозволяється приносити в ресторан і виносити з ресторану напої та їжу.

Не всі готелі пропонують анімаційні програми. Багато дитячих міні-клуби працюють тільки в літній сезон, а криті басейни готелів не працюють з червня по вересень. Відкриті басейни працюють тільки вдень, забороняється купатися з 19.00 до 8.00.

До платних послуг готелю, як правило, відносяться: міні-бар, сейф, масаж, сауна, джакузі, тренажерний зал, фітнес-центр, парковка, прокат автомашин і

спортінвентарю, тенісні корти, більярд, міні-гольф, послуги перукарні, пральні, лікаря і няні. Повний перелік і вартість платних послуг завжди можна отримати на рецепції.

Готель 1. Номер на двох – від 12 квадратних метрів. Номер на одного – від 7 квадратних метрів. Ванна кімната – від 3,5 квадратних метрів. Центральне опалювання. Якщо в будівлі декілька поверхів, то повинен працювати ліфт.

Готель 2. Двомісний номер – від 14 квадратних метрів, одномісний – від 7 квадратних метрів. У номері повинен бути телефон. У громадських приміщеннях повинен працювати кондиціонер. У готелі може бути бар. Повинна бути можливість залишити цінні речі в сейфі.

Готель 3. Двомісний номер – від 15 квадратних метрів, одномісний – від 8 квадратних метрів. Ванна кімната – від 4 квадратних метрів.

Готель 4. Номер на двох – від 16 квадратних метрів, номер на одного – від 9 квадратних метрів. Ванна кімната – від 4,5 квадратних метрів. У номері повинен працювати кондиціонер, швидше за все буде сейф.

Готель 5. Двомісний номер – від 17 квадратних метрів, одномісний – від 10 квадратних метрів, ванна кімната – від 5 квадратних метрів. В Іспанії є як пляжні курортні готелі з великим вибором видів відпочинку, так і міські готелі (від дорогих готелів до молодіжних хостелів). Для відпочинку на природі відмінно підходять кемпінги обладнані поблизу водоймищ і гір. Проте вибираючи місце мешкання в Іспанії, варто пам'ятати, що в країні є декілька типів розміщення, які характерні тільки для цієї країни або мають специфічні назви.

Всі підприємства готельної індустрії відповідають спеціальним вимогам щодо обслуговування клієнтів-інвалідів. Так, якщо готель має від 50 до 100 номерів, у ньому повинен бути один номер для інвалідів, якщо 101-150 номерів – два номери, 151-200 – три номери. Готельна мережа Іспанії спроможна задовольнити попит різних груп туристів.

На іспанському туристичному ринку представлені міжнародні готельні мережі: Accor Hotels, Best Western International, Carlyle Hotel, Comfort Inns and Suites, Courtyard by Marriott, Days Inn, Econolodge, Fairfield Inns by Marriott, Golden

Tulip, Hampton Inns and Suites, Hilton Hotels and Resorts, Holiday Inn Hotels, Resorts, Express, Hot Key International, Howard Johnson, Inn Points, Keytel, Lexington Hotels, Suites and Inns, Marriott Hotels, Resorts and Suites, Motel 6, Nordic Hotels, Quality Inns, Radisson Hotels and Resorts Worldwide, Ramada Hotels, Inns and Resorts, Ramada International, Relais and Chateaux Hotels, Residence Inn by Marriott, Sheraton Hotels, Inns and Resorts, Small Luxury Hotels of the World, Sol / Melia Hotel Group, Super 8 Motels, Supranation Hotels, Synxis Hotels, Travelodge and Thriftlodge, Travelodge UK, Utell International Hotels.

Представлення всіх типів закладів розміщення Іспанії.

Панорамний готель, Готель Grand Hotel Central розташований на одній з головних вулиць Барселони - Via Laietana. Ця вулиця з'єднує центр міста з портом, і проходить поруч з основними пам'ятками Барселони такими, як Las Ramblas, кафедральний собор, район El Born і площа Plaça Catalunya.

Екстер'єр готелю Grand Hotel Central's виконаний в класичному стилі і вражає своїми розмірами. Він виконаний в сучасній манері, залишаючи недоторканою класичну архітектуру цієї будівлі - через його центр проходить спіраллю мармурові сходи з візерунковими залізними поручнями. М'які меблі і сучасна, дивани бежевій і коричневого забарвлення, а також масивні дерев'яні столики.

Зручності в готелі першокласні - тут є ресторан нагороджений зірками Мішлен, під назвою Àvalon, керує яким шеф-кухар Ramon Freixa, який був удостоєний двох зірок Мішлен, нагородою за майстерність у приготуванні страв середземноморської кухні.

Тут є тераса з басейном і бар на даху. Там також є оздоровчий центр з сауною, фітнес центром та оздоровчими процедурами. При наявності таких зручностей, цей готель не підійде тим, хто вирішив затягнути пасок. Це місце спеціально призначене для тих, кому потрібен стиль і розкіш з центральним розташуванням.

Додаток А

Для ділових людей:

В готелі є 4 конференц-зали різних розмірів. Два зали вміщують по 15 чоловік, один - 40 осіб, а найбільший - 70.

На площі в'язого готелю є безкоштовний Wi-Fi. Поруч з вестибюлем є невеликий бізнес-центр з двома комп'ютерами і безкоштовним доступом в інтернет.

Для людей з обмеженими можливостями:

В готелі є 4 номери, адаптованих для проживання інвалідів-візочників. Ці номери обладнані розширеними дверним прорізами і спеціальними душовими. Підйом на всі поверхи здійснюється за допомогою ліфта.

Панадор, Parador de Leon. San Marcos 5 *

На предмостовій площі в XII століття виник монастир, присвячений св. Марку. Поруч звели готель-госпіталь Сан-Маркос для паломників, що прямують в Сантьяго-де-Компостела. У монастирі зараз розташований готель-Парадор. Будівництво величезного комплексу почалося в 1173, в середині XVI ст. його перебудували, фасад звернений до площі вважається зразком архітектури платереско. Вся поверхня стіни покрита кам'яними різьбленими зображеннями історичних і біблійних персонажів.

У XVI ст. власником будівлі став капітул ордена лицарів Сантьяго - на фасаді можна розгледіти численні символи цього ордена: раковини, зображення св. Якова, а на склепіннях всередині - червоний хрест-меч Якова. Кілька залів і внутрішній двір займають зараз експозиції Історичного музею Леона, де виставлені археологічні знахідки, предмети декоративно-прикладного мистецтва, живопис і скульптура. На площі перед готелем-монастирем встановлений бронзовий хрест з фігурою паломника, який начебто присів відпочити перед довгою дорогою.

Додаток Б

Готель 5*, Las Arenas Balneario Resort

Цей 5-зірковий курорт має чудове розташування на набережній Валенсії з прямим доступом до пляжу Лас-Аренас. До послуг гостей готелю Las Arenas Balneario 2 відкриті сезонні басейни з шезлонгами та розкішний спа-центр.

Усі номери цього дизайн-готелю елегантно оформлені у нейтральних тонах. Вони забезпечують безкоштовний бездротовий доступ до Інтернету (Wi-Fi) та 32-дюймовий телевізор з плоским екраном.

Ресторан Sorolla пропонує творчо приготовані, традиційні страви. Гості можуть насолодитися сніданком "шведський стіл" та легкими закусками у барі біля басейну.

Спа-центр курорту Las Arenas Balneario включає критий басейн з підігрівом та видом на сади. Серед іншого на курорті доступний масаж і косметичні послуги, а також тренажерний зал. **Додаток В**

Casa Rural, Готель Casa Rural Priena розташований у місті Ковадонга. До послуг гостей бар, спільний лаунж, сад та безкоштовний Wi-Fi. До послуг гостей послуги консьєржа та приладдя для барбекю. Є також бар.

Номери обладнані шафою для одягу, телевізором із плоским екраном та окремою ванною кімнатою.

Щоранку в готелі Casa Rural Priena подають континентальний сніданок.

У готелі є сонячна тераса. Гості готелю Casa Rural Priena зможуть насолоджуватися такими видами активного відпочинку в місті Ковадонга, як піші прогулянки, їзда на велосипеді та риболовля. **Додаток Г**

Резиденція, Готель Residencia Tarifa розташований поруч із історичним центром міста Таріфа. До послуг гостей пейзажний басейн на даху, звідки відкривається приголомшливий вид на Гібралтарську протоку та Африку. Готель пропонує розміщення в елегантних апартаментах та номерах-студіо, оснащених кондиціонером.

Усі світлі апартаменти оформлені в сучасному стилі та оснащені супутниковим телебаченням, безкоштовним Wi-Fi та кухнею з посудомийною машиною, керамічною плитою та кавоваркою. Вони також включають ванну кімнату з душовою кабіною та Wi-Fi радіо. У більшості номерів є власний балкон або тераса з видом на море.

Резиденція Tarifa має терасу на даху, обладнану шезлонгами та пейзажний басейн з підігрівом (з температурою від 28 до 32 градусів). Крім того, є безкоштовна сауна та пральня з сушаркою. **Додаток Д**

На сьогоднішній день вибір готелів в Іспанії настільки великий, що очі розбігаються від калейдоскопа пропозицій. Але навіть серед всього цього

різноманіття є окремі, ексклюзивні зразки готельного сегменту, що виділяються настільки яскравими характеристиками, що їх сміливо можна виділити в окремий список, назвавши його як:

«Найнезвичайніші готелі Іспанії»

Готель «Los Caracoles», розташований в Андалусії, в провінції Малага, пропонує своїм постояльцям унікальні номери-бунгало, виконані у формі раковини равлика. Гостям цього готелю гарантовані тиша, прекрасні види на гори і море і повне єднання з природою, яке тільки підкреслюється плавними лініями незвичайних будиночків-номерів. **Додаток Е**

Готель «Plaza de Toros de Almadén» в самому серці Кастилія Ла Манчі, є яскравим представником «незвичайного» готелю Іспанії, цілком і повністю відображає колорит країни. Готель влаштувався на території діючої колись арени для бою биків. Тільки корида, що проходить на арені, що є культурною та історичною спадщиною і охороняється ЮНЕСКО. Готель пропонує своїм гостям комфортабельні номери та прекрасний ресторан з видами на поле арени. **Додаток Є**

Готель «Mil Estrelles» в провінції Жирона, виконаний в стилі «бульбашок» дійсно можна назвати одним з найбільш незвичайних готелів Іспанії. На території каталонської садиби, крім основного її будівлі, розташувалися окремо стоять номери в формі величезних бульбашок, що дозволяють гостям насолоджуватися зоряним небом. Тут все продумано до дрібниць, а стиль старовинної садиби гармонійно об'єднаний із сучасною концепцією, що робить перебування в цьому готелі по-справжньому незабутнім. **Додаток Ж**

Готель-печера «Cuevas Pedro Antonio de Alarcón», розташований в містечку гуадікс, негласно вважається «царством троглодитів». Жителі цього містечка давно організовували свій побут в печерах. На сьогоднішній день такі помешкання, безсумнівно, є екзотикою, за якої в гуадікс приїжджає чимало туристів. Звичайно ж, цікавим досвідом буде провести ніч в готелі, організованому в старовинній печері, що колись була чийось будинком. Номери цього незвичайного готелю цілком комфортні для проживання і забезпечені всім

необхідним, крім, мабуть, кондиціонерів. Адже вони тут не потрібні, в печері круглий рік зберігається приємна прохолода. **Додаток З**

«**Cabanes als Arbres**» в провінції Барселона - це готель на деревах. Крім незвичайного експірієнс провести ніч на дереві, в лісі, цей готель пропонує своїм гостям повністю екологічне проживання, а це значить, що в номери не проведені вода і світло. **Додаток І**

Готель «Marqués de Riscal», розташований в винному регіоні Ла Ріоха є справжньою перлиною новаторського рішення в Іспанії. Будівля готелю, ламає всі стереотипи і форми, спроектована архітектором Френком Гері. Всі номери готелю абсолютно різні, в ресторані подаються страви національної кухні у вишуканому виконанні, а в СПА центрі пропонуються процедури краси і омолодження з використанням винограду. Кожна деталь готелю продумана до дрібниць, а кожен гість відчуває себе обраним і наближеним до таємниць справжнього виноробства. **Додаток ІІ**

Готель «Sobre Ruedas Raluy» в своєму роді унікальний. Це готель в чинному цирку на колесах. Будь-який бажаючий може орендувати цирковий вагончик, призначений для туристів і обладнаний всім необхідним для комфортного перебування і відправитися з цирковою трупю по шляху їх слідування, цілком і повністю занурившись в життя справжніх артистів. Крім того, відвідування всіх виступів, для гостей цього незвичайного готелю, абсолютно безкоштовно. **Додаток ІІІ**

Висновки до розділу 2

Сучасна Іспанія - одна з найбільш доступних для відвідування і туризму країн в Європі. Після вступу до Європейського Союзу, що сприяло значним змінам законодавства Іспанії в питаннях іноземного інвестування, економіка країни почала швидко розвиватися, що, в свою чергу, призвело до збільшення потоку іноземних грошей. Вельми сприятливий інвестиційний клімат дозволяє і далі розвиватися процесам стабілізації та зміцнення економіки Іспанії.

Багата багатовікова історія; різноманітна національна культура; своєрідність кліматичних умов; спекотне сонце, тепле море узбережжя, гори, чисті пляжі і хороша екологія - причини бурхливого потоку бажаючих побачити всю цю пишність своїми очима.

Розвиток туризму в Іспанії йде рука об руку з розвитком готельного бізнесу. Очевидність тісної взаємодії цих індустрій змушує задуматися про привабливість інвестицій в готельний бізнес Іспанії.

Коли ваше рішення інвестувати капітал в готельний бізнес зміцніє, з'явиться необхідність відповісти на ряд питань: по-перше, де: великі міста або курорти; по-друге, категорія клієнтів, на яких буде орієнтований готельний бізнес; і, нарешті, що вигідніше: будувати готель з "нульового циклу" або купити діюче підприємство.

Сьогодні готелі - це не тільки номери для проживання. Як правило, готелі та мотелі є центрами туристичних комплексів, в які входять ресторани і бари, магазини, торгові центри, танцювальні та конференц-зали, паркінги, дискотеки. Сучасний готельний бізнес в Іспанії - це якась житлово-розважальна індустрія з елементами хай-тека. Якщо ви розраховуєте на прибутковість інвестицій в готельний бізнес, вам необхідно прагнути до того, щоб зайняти свою нішу в цьому виді бізнесу. А для цього необхідно розробити свою концепцію готельних послуг.

РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В ІСПАНІЇ

3.1 Тенденції розвитку готельного господарства в регіонах країни

Для оцінки сучасного стану розвитку готельного господарства в Іспанії виділяємо райони, що представленні на картосхемі (рис. 3.1).



Рис. 3.1 Туристичні райони Іспанії

Визначивши туристичні райони Іспанії та чинники розвитку готельного господарства такі як: науково-технічний прогрес; економічні фактори; геополітичне положення; політико-правові фактори; кількість туристичних ресурсів; природні фактори; демографічні фактори; стан розвитку інфраструктури, приступити до аналізу готельного господарства по районам Іспанії.

Науково-технічний прогрес на всій території Іспанії стабільний, високий рівень забезпечення та розвитку науки яка вивчає дану тему для подальшого

забезпечення закладів розміщення матеріалів, сировина та техніки для досягнення найвищого результату при найменших витратах.

Рівень розвитку інфраструктури. Вся територія яка розташована на Піренейському півострові має розгалужену та насичену інфраструктуру. Це суб'єкти туристичної діяльності, підприємства харчування, транспорт, торгівля, заклади культури, освіти, спорту тощо, які забезпечують надання послуг, виробництво та реалізацію товарів для задоволення потреб туристів.

Канарські острови та Балеарські острови мають меншу кількість та видів громадського транспорту, кількість асфальтованих дорід.

Насиченість туристичними ресурсами. В списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в Іспанії налічується 44 найменування (станом на 2018 р.), з них 16 об'єктів визнані шедеврами людського генія і 4 — природними феноменами виняткової краси і естетичної важливості [Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [50].

Так до списку Світової спадщини ЮНЕСКО в країні включені:

- 39 культурних об'єкти;
- 3 природних об'єкти;
- 2 об'єкти змішаного типу
- *Мадрид*

"Музейний трикутник", який утворюють музей Прадо, музей королеви Софії і музей Тіссена-Борнеміси, розташовані в одному районі; Національний археологічний музей; Пласа Майор, на якій розташовані 136 будинків, збудовані у стилі мадрридського бароко з 437 балконами, з яких у минулому спостерігали за королівськими церемоніями, рицарськими турнірами, коридою й аутодафе; у центрі площі - пам'ятник королю Філіпу III; Площа Пуерта дель Соль, з центру якої ведеться відлік дорожніх відстаней у країні; на площі встановлено пам'ятник "Ведмежа і полуничне дерево", який є символом міста і пам'ятник королю Карлу III; Площа Сібеліс, у центрі якої розташовано фонтан із колісницею богині Кібели, запряженою левами і пантерами; площу оточують чотири пам'ятки архітектури:

Банк Іспанії, палац Буенавіста, будинок Головного поштового управління і особняк маркізів де Лінарес; Королівський палац в оточенні садів Сабатіні і парку Кампо дель Моро; Східна площа зі сквером із скульптурами іспанських королів і кінною скульптурою короля Філіпа IV; Арена для кориди "Лас Вентас"; пустинь Святого Антонія Флоридського; площа Іспанії; парк Ретіро; Район AZCA- фінансовий центр, район хмарочосів;

- *Барселона*

Готичний кварталі Старе місто, де збереглися пам'ятки давньоримської епохи, середньовічні будівлі: каплиця св. Люції, церква Сант Пау дель Камп; Пагорб Монжуїк - один з найбільших міських парків Європи, на вершині якого збереглася фортеця, де розміщено Військовий музей; окрасами Монжуїка є Національний палац, в якому діє Національний музей мистецтва Каталонії, "Чарівний фонтан" (світломузичний), архітектурний музей під відкритим небом - "Іспанське село", де зібрані копії будівель з різних регіонів країни; Пагорб Тібідабо з парком атракціонів і храмом Святого Серця; Палац і парк Гуеля, будинок Бальо, собор Святого Сімейства, будинок Вісенс, будинок Кальвет - пам'ятки архітектури, створені А. Гауді;

- *Валенсія*

Місто мистецтв і наук - грандіозний музейно-виставковий комплекс; Будинок гільдії ткачів шовку та ін. архітектурні пам'ятки;

- *Толедо*

Історичний центр міста - цілісний ансамбль середньовічного міста із численними рідкісними пам'ятками архітектури XII-XV ст.; Фортеця - унікальна фортифікаційна споруда, де збереглися стіни, 8 башт-воріт і 2 мости;

- *Севілья*

Алькасар- палац-фортеця іспанських королів; Площа Іспанії; Арена для кориди;

- *Гранада*

Альгамбра - резиденція маврських правителів; сади Хенераліфе; археологічний музей; науковий парк.

Геополітичне положення району. Стабільне геополітичне становище має: Андалусія, Галісія, Канарські острови.

Валенсія, Балеарські острови – протести проти туристів, туристів які залишаються в туристичних квартирах та кімнатах вони вважають що таких місць не повинно бути. Також проблема а тому, що влада районів політично не завжди підкорюються президенту та політичній палаті.

Мадрид, Каталонія – нестабільне геополітичне положення. Теракти та третій рівень загроз теракту, масові заходи, акції протесту проти туристів, а також оренди житла для туристів. Каталонія мала та має бажання відділитися і бути незалежною країною, тому до початку карантину COVID-19 на вулиці міста виходили місцеві жителі та проводили протестанти проти туристів та туристичного житла.

Політико-правові фактори. Іспанський інститут туризму «Turespasa» займається залученням іноземних туристів, здійснюючи рекламну діяльність та промоцію іспанських курортів за кордоном. Дана організація має широку мережу інформаційних офісів в Іспанії та 29 представництв у 21 країні світу. Інститут повністю фінансується з держбюджету. Державне управління туризмом в Іспанії реалізується за умов передачі повноважень регулювання туризмом багатогалузевому міністерству. В такому міністерстві створюється спеціалізований підрозділ, що вирішує питання державного регулювання сфери туризму та проводить відповідну маркетингову діяльність. Дана модель державного управління туризмом крім Іспанії використовується також у Франції, Італії та Великобританії.

Влада районів має велике значення в розвитку готельного господарства кожного з районів тому, що має повноваження в своїх руках. Наприклад з 2017 року влада Барселони заборонила відкриття нових готелів в історичному центрі міста. Мерія прийняла спеціальний план розміщення туристів, відповідно до якого місто ділиться на чотири частини з різними умовами для готельного

бізнесу. Відтепер в центральних районах Барселони нові готелі не зможуть відкритися навіть у тому випадку, якщо старі закриваються.

Як повідомляє RATA-News, зараз в Барселоні працює 377 готелів на 68 тисяч номерів і близько 9,6 тисячі офіційно здаються в оренду кімнат, не рахуючи величезної кількості приватного житла, що здається без всякої ліцензії. У Барселоні проживає 1,7 мільйона чоловік, але місто щорічно приймає до 7,5 мільйона мандрівників. Минулого літа в кількох районах міста пройшли масові акції протесту жителів, які скаржилися на натовпи туристів.

Також в минулому році мер Барселони Ада Коладо заморозила видачу ліцензій на відкриття нових готелів та інших місць для розміщення туристів в історичному центрі міста, щоб обмежити приплив туристів. Під дію цієї заборони потрапили близько 30 готельних проектів, які вже перебували в стадії отримання ліцензії.

Також в минулому році мер Барселони Ада кола заморозила видачу ліцензій на відкриття нових готелів та інших місць для розміщення туристів в історичному центрі міста, щоб обмежити приплив туристів. Під дію цієї заборони потрапили близько 30 готельних проектів, які вже перебували в стадії отримання ліцензії. За даними асоціації готелів Мадрида, в столиці Іспанії працюють близько 3 тис. незаконних готелів. «Піратські» готелі можна зустріти у всіх регіонах Мадрида, більшість з них розташовані в центрі міста. Пропозиції можуть бути різними — від студій невеликих розмірів до розкішних апартаментів з кількома спальнями, які можна порівняти з 4-х та 5-зірковими готелями.

Влада Балеарських островів - популярного серед європейських туристів регіону Іспанії - ухвалила рішення значно обмежити можливості для так званого алкогольного туризму.

Регіональний уряд, який розташований у столиці Балеарських островів, місті Пальма-де-Майорка, у п'ятницю, 17 січня, ухвалив закон, який передбачає заборону організації та рекламування барних турів, а також промотування продажів алкогольних напоїв з використанням "відкритих барів" та "щасливих годин", коли клієнтам пропонується купити алкоголь зі знижками. Готелям, які

працюють за схемою all-inclusive, заборонено пропонувати своїм постояльцям алкогольні напої в необмеженій кількості - одній особі під час обіду та вечері пропонуватиметься не більше трьох алкогольних напоїв. Також у готелях Балеарських островів цим законом туристам заборонили стрибати у басейни - цей популярний вид розваг серед туристів призвів у минулому до багатьох випадків травмування та кількох смертей.

Економічні фактори. Фінансова криза в Іспанії загострила відносини між центральним урядом, який почав проводити політику суворої економії, і автономними регіонами країни, бюджети яких демонстрували хронічні дефіцити. На тлі цього, відносини між Мадридом і Барселеною стали особливо напруженими після того, як працівники Департаменту Економіки Каталонії підрахували, що Каталонія, як суб'єкт королівства, піддається бюджетної дискримінації. Так у 2010 р. каталонці внесли в бюджет Іспанії податків на суми в розмірі 118,5% до загальнонаціонального рівня, але при цьому отримали субсидій на суми, на яку припадало 98,9% від середнього по країні рівня. В результаті, згідно з даними соціопитувань вперше за всю історію автономії число прихильників незалежності Каталонії від Іспанії перевищило планку 50% від усього електорату.

У червні 2012 р. іспанська боргова криза вийшла на перший план серед проблем керівництва єврозони. Процентні ставки за державними облігаціями Іспанії строком на 10 років виросли до рівня 7%, і країна втратила доступ до ринків боргових зобов'язань. В умовах кризи ціна на відпочинок подорожила кількість туристичних потоків зменшилась як іноземних туристів, так і внутрішніх туристів.

Отже, проаналізувавши фактори які впливають на готельне господарство в туристичних районах Іспанії можемо зробити висновки, основними тенденціями в розвитку закладів розміщення є:

- посилення спеціалізації готельного бізнесу, що дозволяє більш чітко орієнтуватися на визначені сегменти споживачів;
- персоніфікація обслуговування і повна концентрація на запитах і потребах клієнтів;

- широке впровадження нових засобів комунікацій та інформаційних технологій, що дозволяє проводити глибоку і системну економічну діагностику;
- впровадження нових технологій в ділову стратегію готельних підприємств, зокрема широке використання мережі Інтернет з метою просування готельних продуктів і послуг.

3.2 Проблеми і перспективи розвитку готельного господарства в Іспанії

Однією з найбільш гострих проблем, викликаних розвитком туризму, є стан навколишнього середовища, яка актуальна, насамперед, для середземноморської та південній приморських зон Іспанії. Проблема полягає в тому, що узбережжя цих районів буквально перевантажені туристами тому, що кількість закладів розміщення дуже велика. Забудова першої берегової лінії в деяких містах відбулася ще 10 років тому але в такому місті як Бенідорн в 2019 році ще ближче до моря намагалися збудувати готель. Внаслідок чого останнім часом влада цих приморських зон намагаються стимулювати збільшення інтересу туристів до їх внутрішнім областям районів.

Сезонність туризму в Іспанії – причина прихованого безробіття (взимку в районах його поширення). Наслідки сезонності туризму найбільшою мірою відчуває приморська рекреаційна зона. Сезон найбільшої туристичної активності на узбережжі Іспанії спостерігається приблизно протягом чотирьох місяців – з червня по вересень, максимальним навантаженням в липні і серпні. У цілому в Іспанії число туристів в ці місяці майже перевищує їх число в період затишшя. Таким чином, структуру розселення та зайнятості населення Іспанії можна віднести до «позитивних факторів» розвитку туризму. Така міграція населення до районів, де в найбільшій мірі розвинений туризм (Середземноморське узбережжя, Канарські і Балеарські острови) показує зацікавленості населення Іспанії в подальшому розвитку туризму в Іспанії.

Зростання доходів населення привело до швидких темпів розвитку внутрішнього туризму в 2020 році, при цьому самі іспанці відвідують не стандартні готелі та заклади розміщення.

Розвиток готельних мереж є одним з позитивних напрямків розвитку сектору розміщення, на даний момент один з перспективніших видів при тому, що найбільшу кількість національних готельних мереж має Іспанія (9 брендів), Велика Британія – 8, Німеччина – 7 і Франція – 3. Фінляндія і Норвегія мають по дві великі національні готельні мережі.

Держава здійснює організаційну й орієнтуючу дію на процес розвитку сектору розміщення. Робиться це на основі законодавства і через Державне управління торгівлі і туризму при міністерстві промисловості, туризму і торгівлі. У його підпорядкуванні знаходяться Головне управління по туризму, Інститут туризму Іспанії, Інститут туристичних досліджень і Суспільство національних мотелів (державне підприємство, до складу якого входять чотирьох і п'ятизіркові готелі, розташовані в 83 історичних, монументальних і сучасних будівлях на всій території країни). Головне управління по туризму виробляє політику, загальну стратегію і плани співпраці місцевих властей з підприємствами туристичного сектора.

В Іспанії все більше розвивається туризм без бар'єрів, туризм для всіх. В країні ведеться велика робота по адаптації всіх закладів розміщення до потреб інвалідів шляхом усунення архітектурних бар'єрів, забезпечення доступу до закладів відпочинку на природі, створення спеціальних норм в галузі будівництва й благоустрою територій і так далі.

Проблема безпеки. Ця проблема є однією з основних, які вирішуються в процесі туристичної діяльності і на які протягом всієї історії розвитку туризму зверталась найбільша увага. Подорож ніколи не була безпечною і завжди пов'язувалась з певними труднощами та небезпекою, яка чатує на людину, що опиняється в незвичних місцях і в незвичних ситуаціях.

Необхідно відзначити, що саме сектор готелів 4-5 * задає і визначає високу динаміку галузі в Іспанії. Така підвищена увага готельного бізнесу до вищої

категорії готелів пояснюється тим, що попит на послуги екстра-класу зростає унаслідок процесів перерозподілу капіталу в країні і різкого збільшення кількості іноземних туристів. Найбільш прибутковий сьогодні ринок готелів екстра-класу наближається до насичення, вже найближчим часом в полі інтересів багатьох операторів з'явиться ринок середніх і малих готелів. До сьогоднішнього дня при виборі турів через туроператорів та тур агентів завжди пропонують 4-5 *.

Наступна проблема не поширюється на всю територію Іспанії, тому що найбільш відвідувані райони і центри туризму вже мають стабільно позитивний імідж. Брак інформації про такий район Іспанії як Галісія - одна з основних причин низьких темпів розвитку туризму в районі. Поліпшити ситуацію може участь фахівців і представників тур агентств та представників району у відомих світових туристичних виставках. У 2017 р. уряд району вперше профінансував презентацію зеленого та релігійного туризму на ярмарку туристичних послуг у Берліні.

Нова статистика в Іспанії показує, що спалах коронавірусу коштував ключовому туристичного сектору країни понад 15 мільярдів євро впродовж двох місяців. У квітні та травні іноземних туристів у країні не було зовсім. У цей період минулого року 15 млн туристів у середньому витрачали понад 1000 євро кожен. Іспанії з 21 червня завершилася дія надзвичайного стану, запровадженого у зв'язку з епідемією коронавірусу. Тоді ж Іспанія відкрила кордон з країнами-членами Європейського Союзу.

В Іспанії усе більше розвивається туризм без бар'єрів, туризм для всіх. В країні ведеться велика робота по адаптації всіх ресурсів до потреб інвалідів шляхом усунення архітектурних бар'єрів, забезпечення доступу до об'єктів культури та можливостей для відпочинку на природі, створення спеціальних норм в галузі транспорту, будівництва й благоустрою територій і так далі. Багато пам'ятників архітектури, музеїв, заповідників, готелів та ресторанів Іспанії пропонують послуги, інфраструктуру і розваги, повністю або частково адаптовані для використання інвалідами.

Іспанію не вважають «гірськолижною» країною, проте в ній налічується близько 30 гірськолижних курортів. Більшість європейців традиційно їдуть до

«наполовину іспанської» Андорри, хоча останнім часом стає все більш популярною і С'єрра-Невада де є заклади розміщення туристів, який розвивається значним темпами.

Агротуризм туристична діяльність на території сільськогоспо-дарських угідь. На цих територіях існують умови як для вироблення агропромислової продукції, так і для відпочинку населення з добровільним залученням до деяких видів роботи (збір фруктів, овочів, ягід, догляд за свійськими тваринами та ін.). Існують різні види поселень, на території яких реалізується агротуризм. Це насамперед перш агрорекреаційні села, агроарки, села з прилягаючою ландшафтною територією. Такі місця останнім часом розвиваються з великою швидкістю. Внутрішні та іноземні туристи із Скандинавських країн, туристи які заповнюють цю нішу туризму на 74%.

Власники агросадиб в Іспанії об'єднуються в асоціації, задля заохочення внутрішніх туристів і збільшення чисельності іноземних туристів, а також контролювати виконання та дотримання стандартів.

Для збільшення потоків можливо зробити ставку на створення лакшери пропозицій для VIP-туристів. А за допомогою динамічних цін можна управляти попитом. Туристичні напрямки теж могли б збільшити ціни в періоди високого попиту. Ще один спосіб для створення лакшери пропозицій податки, які призводять до подорожчання поїздки для туристів, таким чином виділяти різні види туризму. У Барселоні додаткові податки вже платять готелі, орендодавці та круїзні компанії.

В той же час сектор розміщення продовжуватиме грати важливу роль в туризмі який в свою чергу важливу роль в економіці Іспанії, розвиваючись і створюючи нові робочі місця. Цей сектор, більш ніж який-небудь інший, може сприяти вирішенню проблеми зайнятості. Це пов'язано з тим, що попит на послуги розміщення у всьому світі зростають. Характерно, що проблема іміджу країни і привабливості для іноземних туристів перед Іспанією вже давно не стоїть. Її позитивна зовнішність і надалі служитиме важливим чинником притоки іноземних туристів в країну за умови підтримки конкурентних цін на туристичні послуги.

3.3 Досвід Іспанії в розвиток готельного господарства України

Сьогодні готельне господарство в Іспанії розвивається на індустріальній основі та є галуззю економіки, яка забезпечує значні валютні надходження завдяки поширенню іноземного туризму. За результатами проведеного аналізу можна виокремити такі основні напрями розвитку готельного бізнесу:

- поглиблення спеціалізації і концептуалізації готельних закладів;
- утворення міжнародних готельних ланцюгів та консорціумів під впливом глобалізації;
- персоніфікація обслуговування і повна концентрація на запитах та потребах клієнтів;
- диверсифікованість послуг;
- упровадження в індустрію гостинності інформаційних комп'ютерних технологій.

Перспективами подальших досліджень є всебічне вивчення, аналіз і використання всіх резервів підвищення якості обслуговування та конкурентоспроможності готельних комплексів України шляхом упровадження позитивного закордонного досвіду розвитку підприємств сфери гостинності.

Показовим прикладом цього може стати Іспанія, яка є однією з найбільш розвинутих країн Південної Європи. У 2011 р. країну відвідали 99,8 млн. чоловік з яких не менше 55% (56.6 млн.) відносяться до категорії туристів. Число туристських ночівель склало 483,6 млн. А доходи іспанської туріндустрії перевищили 38,7 млрд. євро. За рівнем доходів туризм посідає 3 місце в економіці країни.

Іспанія – країна, що має надзвичайні можливості для організації туризму, широкий спектр кліматичних, географічних та етнокультурних характеристик, які роблять цю країну особливо привабливою для туристів. Тут можна знайти все і для будь-якого виду туризму — від рекреаційного на узбережжі та островах до гірськолижного у чисельних гірських системах та пізнавального в культурних центрах країни.

Більша частина готелів – власність громадян Іспанії, їхнє ставлення до потреб відвідувачів дещо інше, ніж у країнах з більш холодним кліматом. Вся готельна індустрія країни крім обов'язкових відповідних груп і підгруп поділена на окремі види за призначенням. Приклад одного з них: готель-пам'ятка архітектури, це Парадори - найбільш оригінальна та цікава мережа туристичних готелів Іспанії. Перший Парадор було обладнано у 1928 р. і король Альфонсо XIII особисто вибирав місце для нього. Зараз діє 86 Парадорів з п'ятьма тисячами номерів. Тут, як правило, пропонуються ті ж самі послуги, що й у сучасних тризіркових готелях, розташовуються вони в будинках, що мають історичну й архітектурну цінність.

В Іспанії питання туризму координує Державний секретаріат з питань торгівлі, туризму та малого бізнесу, підлеглий Міністерству економіки. Крім Держсекретаріату Міністерству підпорядковуються: Центральна дирекція з туризму (адміністративні питання, розробка загальних напрямів державної політики у сфері туризму); готельна мережа «Paradores» (83 готелі, розміщені в будинках, що становлять історичну цінність); два виставково-конгресних центри (в Мадриді й Малазі) та Іспанський Інститут Туризму – «Turespasa».

Отже, обслуговуючий персонал готелів, який організовує прийом гостей і надання їм послуг, стає важливим компонентом самих цих послуг. Унікальність готельного бізнесу полягає в тому, що персонал є невід'ємною частиною готельного продукту. Присутність людського фактора впливає на якісні характеристики кінцевого готельного продукту, робить неможливим внесення коректив у якість вже наданих послуг. Ставлення до гостей, зовнішній вигляд персоналу, його готовність виконати будь-яке прохання гостя формують загальне враження від готелю. На першому етапі теоретичного дослідження частково вдалося проаналізувати причинно-наслідкову сукупність взаємодії в сучасній Іспанії гостинності, готельної індустрії та професіоналізму, визначити сучасні тенденції розвитку туризму в країні, виявити основні напрями готельного бізнесу та вплив гостинності на кількість туристичного потоку, їх стабільність та динаміку. Окрім природних та історико-культурних видів ресурсів досить значну роль

відіграє рівень розвитку інфраструктури країни в сфері надання професійним обслуговуючим персоналом високоякісних послуг та сервісу.

Фахівці готельної індустрії підкреслюють важливість різноманітності пакетів для сімей, особливо з дітьми, з додаванням в них широкого спектра розваг та анімації. Іспанські професіонали туристичного бізнесу перейняли досвід турецького туризму – система «все включено», яка покриває різні аспекти сервісу та допомагає вирішенню ще існуючих проблем при обслуговуванні гостей. Сфера туризму в Іспанії знаходиться під контролем держави, що значною мірою пояснюється можливостями самої країни розвивати туристичний бізнес, прагненням зберегти історичні пам'ятки своєї культури.

Іспанія має велику кількість різноманітних закладів розміщення за типом, тематикою та ціною політикою. Пропоную розробку туру на 11 днів та 10 ночей до Валенсійської громади, з відвідуванням різних видів закладів розміщення за типами та зірковістю.

Назва Комунідад Валенсіяна, як і решта історичних назв, які автономна громада отримувала протягом своєї історії, зумовлена топонімом її столиці Валенсії.



Рис. 3.2 Картосхема Комунідад Валенсіяна

Валенсія є автономним співтовариством в Іспанії розташований на сході і південному - сході Піренейського півострова, на узбережжі Середземного моря. Гори займають більшу частину Валенсійського співтовариства і залишають лише вузьку прибережну смугу для рівнин, які, крім того, розширюються лише на крайньому півночі. Таким чином, рельєф конфігурований північними горами, які належать до Піренейської системи. Валенсійська громада має 524 км узбережжя.

У Валенсійському співтоваристві план ЮНЕСКО щодо охорони культурних і природних цінностей, відомий як об'єкт всесвітньої спадщини, каталогізував як такі декілька робіт та елементів, знайдених у Співтоваристві, з яких він також містить кілька елементів оголошено нематеріальна культурна спадщина людства від ЮНЕСКО: Шовкова Біржа; Суд Вод Валенсії; У святкуваннях Богоматері охорони здоров'я Algemés; Таємниця Ельче; Наскальне мистецтво Середземномор'я арка Піренейського півострова.

Назва туру: Столиці Валенсії

Географічний принцип: внутрішній та міжнародний;

Мета туру: рекреаційно-пізнавальний тур;

Засоби розміщення: костел, сільське угіддя, готелі;

Кількість учасників: до 15 осіб;

Тривалість перебування: середньотривала 11 днів;

Інтенсивність туристичного потоку: сезонність з квітня по грудень.

Індивідуальність туру полягає в тому що за 11 днів та 10 ночей туристи відчують життя різних міст від великого міста до міста з кількістю жителів 12 тисяч осіб, головний пункт туру це зміна закладу розміщення від самого дешевого до самого дорогого, якість закладів розміщення на вищому рівні.

Детальний опис: все починається з того, що збір протягом суботи до 18:00 в аеропорті Манісес міста Валенсія. Поселення в хостел OYO Ruzafa Guesthouse, що знаходиться 2 хвилини від центральної площі міста. Всі історичні-культурні, архітектурні пам'ятки знаходяться поблизу Додаток К.

В понеділок в 12:00 виселення з хостелу переїзд на трансфері до міста Шатіва поселення в сільське угіддя Hotel Villa De Muro, який знаходиться в натуральному парку Додаток Л.

Тиха спокійна обстановка після двох днів в великому місті мільйоннику. Відпочинок і фізично і духовна, прогулянки на свіжому повітрі в парку-заповіднику. Проведення 2 дня і 2 ночі посеред фауни та флори.

Середа день починається в Шатіва біля гір, натурального парка і після обіду трансфер до наступного міста Гаднія. Гаднія - 60 км на південь від Валенсії, місто на узбережжі Середземного моря. Готель Hotel Tres Anclar 3* розташований лише за 100 метрів від пляжів Коста-Бланки. До послуг гостей ресторан і сад. До послуг гостей відкритий басейн, вечірні розваги та безкоштовний Wi-Fi на всій території Додаток М.

П'ятниця переїзд до Бенідорму — місто, розташоване на Середземноморському узбережжі Іспанії в регіоні Коста Бланка в 140 км від Валенсії. Воно вважається одним з найпопулярніших місць для літнього відпочинку не тільки в Іспанії, але і володіє титулом «туристичного феномену Європи». Серед міст Європи тільки в Парижі та Лондоні більше готельних місць, ніж Бенідормі. Вечірній Бенідорм — центр розваг усього узбережжя Коста-Бланка. Тут вже на нас чекає готель Hotel Servigroup Torre Dorada 4* Додаток Н.

Неділя переїзд до Валенсії для проведення останніх 2 днів в останньому готелі, найвищого рівня щоб відчувати на собі всі особливості готелю Las Arenas Balneario Resort 5* Додаток О.

Цей 5-зірковий курорт має чудове розташування на набережній Валенсії з прямим доступом до пляжу Лас-Аренас. До послуг гостей готелю Las Arenas Balneario 2 відкриті сезонні басейни з шезлонгами та розкішний спа-центр.

Усі номери цього дизайн-готелю елегантно оформлені у нейтральних тонах. Вони забезпечують безкоштовний бездротовий доступ до Інтернету (Wi-Fi) та 32-дюймовий телевізор з плоским екраном.

Ресторан Sorolla пропонує творчо приготовані, традиційні страви. Гості можуть насолодитися сніданком "шведський стіл" та легкими закусками у барі біля басейну.

Спа-центр курорту Las Arenas Balneario включає критий басейн з підігрівом та видом на сади.

На 11 день в 12:00 виселення з готелю і трансфер до аеропорту.

В ціну туру входить:

- трансфер з аеропорту до готелю, між всіма готелями, з готелю до аеропорту;
- сніданки та вечері;
- в кожному місті ознайомча екскурсія;

Ціна туру 450 євро з особи або 800 євро з 2людей.

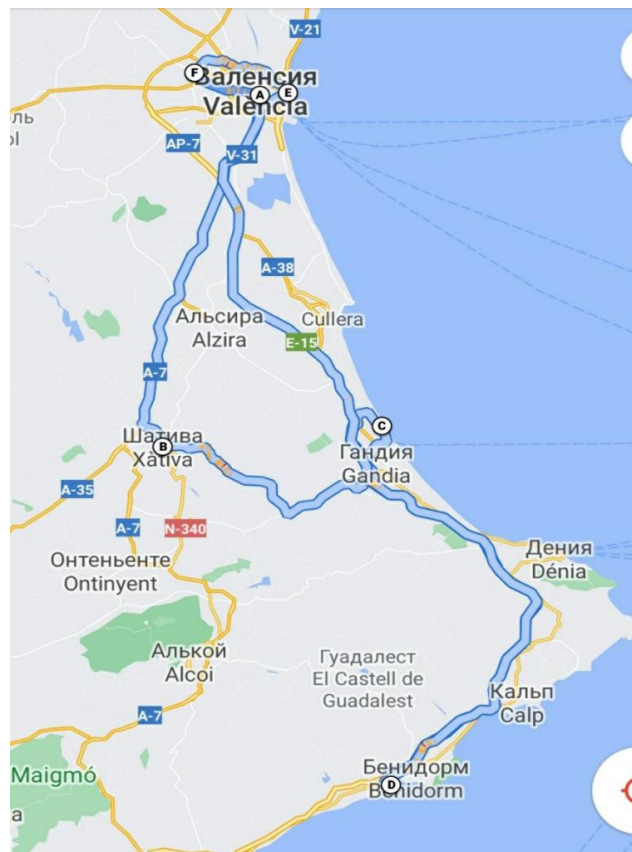


Рис. 3.3 Картосхема розробленого туру

Висновки до розділу 3

Отже, готельний ринок займає провідні позиції в міжнародній сфері готельних послуг за багатьма ключовими показниками: обсяг номерного фонду,

динаміка попиту на готельні послуги, прибутковість готельного номеру, заповнюваність готелів, оцінка якості послуг.

Таким чином, проаналізувавши фактори які впливають на готельне господарство в туристичних районах Іспанії можемо зробити висновки, що Канарські острови є найбільш стабільними та розвиваючими. Андалусія район який вкладав багато зусиль протягом минулих років щоб вийти на високий рівень в сфері туризму та готельного господарства, на даний момент вже обігнав Мадрид та Каталонію. Каталонія та Мадрид вже с перших місць почали спускатися тому, що влада не має можливості контролювати кількість та якість надання послуг з розміщення з цього і виходить що туристи відвідують ці райони але на довго не залишаються.

Валенсія знаходиться в стабільному рівні розвитку. Маючи великий потенціал в розвитку закладів розміщення Валенсія яка має велику кількість туристичних атракцій та може поборотися за перше місце з районів Іспанії з родієвого туризму.

Галісія район який ще немає великої кількості туристів незаймана забудовами закладів розміщення. Валеарські острови за останні роки тільки негативно змінюють свою репутацію, не здатністю прийняти міри проти «Алкотурів» які надають алкогольні напої на території закладів розміщення.

ВИСНОВКИ

У підсумку дипломної роботи можна сказати, що туризму в Іспанії почав розвиватися достатньо давно, що сприяло розвитку туристичної індустрії вчасності сектор розміщення, яка в даний час знаходиться на високому рівні. Іспанія – держава, що посідає провідні позиції серед туристичних країн. Готелі в Іспанії відзначаються високими стандартами і розраховані на клієнтів з різними фінансовими можливостями. Держава вкладає значні кошти в розвиток туристичної індустрії, що зумовлює продовження покращення її інфраструктури.

Щороку країну відвідують від 70 млн. осіб. туристів. В Іспанії туризм приносить до 67 млрд. дол. прибутків, він створює 3,2 млн. робочих місць і частково покриває дефіцит зовнішньої торгівлі. Територія Королівства Іспанія характеризується високою сукупністю природних, соціально-економічних та культурно-історичних умов, необхідних для розвитку міжнародного туризму і атрактивності для відпочиваючих. Розміщення займає центральне місце в комплексі послуг, що надаються туристам під час подорожі, і є невід'ємною частиною кожного туру. Засоби розміщення, під якими розуміють будь-який об'єкт, який регулярно або епізодично надає місця для ночівлі, складають основу туристської індустрії. Будівництво нових засобів розміщення істотно підвищує привабливість туристського напрямку, збільшує потік туристів. Високий сервіс надання послуг з розміщення визначає також такі психологічні аспекти туризму, як задоволеність подорожжю і висока оцінка організації перебування туристів у країні. Готельна індустрія як вид економічної діяльності включає надання готельних послуг і організацію короткострокового мешкання приїжджих. Показовим прикладом цього може стати досвід Іспанії, яка є однією з найбільш розвинутих країн Південної Європи. У 2011 р. країну відвідали 99,8 млн. чоловік з яких не менше 55% (56.6 млн.) відносяться до категорії туристів. Число туристських ночівель склало 483,6 млн. А доходи іспанської туріндустрії перевищили 38,7 млрд. євро. За рівнем доходів туризм посідає 3 місце в економіці країни.

Канарські острови найбільш є найбільш стабільними та розвиваючими. Андалусія район який вкладав багато зусиль протягом минулих років щоб вийти на високий рівень в сфері туризму та готельного господарства, на даний момент вже обігнав Мадрид та Каталонію. Каталонія та Мадрид вже с перших місць почали спускатися тому, що влада не має можливості контролювати кількість та якість надання послуг з розміщення з цього і виходить що туристи відвідують ці райони але на довго не залишаються. Валенсія знаходиться в стабільному рівні розвитку. Маючи великий потенціал в розвитку закладів розміщення Валенсія яка має велику кількість туристичних атракцій та може поборотися за перше місце з районів Іспанії з родієвого туризму. Галісія район який ще немає великої кількості туристів незаймана забудовами закладів розміщення. Валеарські острови за останні роки тільки негативно змінюють свою репутацію алкогольними турами для британців, скандинавів і німців та французів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. – К. : Знання України, 2002. – 350 с.
2. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание / С.И. Байлик //К.: ВИРА-Р, 2002. – 252 с.
3. Вихристенко Б.І. Сучасний стан і завдання розвитку туристичної галузі України // Туристично-краєзнавчі дослідження. Збірник наукових статей – К.: 1998 р. – Випуск 1 – Ч.2. – 565 с.
4. Вишневська О. О. Туристичне країнознавство : [підруч. для студ. ВНЗ] / О. О. Вишневська, А. Ю. Парфіненко, В. І. Сідоров. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. – 756 с.
5. Гресєва І.М. Класифікація готелів за кордоном і в Україні // Туристично-краєзнавчі дослідження– К.: 1998 – Випуск 1. – Ч.1 – 565с.
6. Герасименко В.Ц. Основы туристического бизнеса. – Одесса: “Черноморье”, 1997. – 160 с
7. Грицак О.М. - Мадрид і Толедо / М.: Вече, 2005. - 224 с.
8. Гергуль А.І. Нові явища у готельному бізнесі світу кінця ХХ ст. та їх вплив на готельне господарство Європи. // Туристично-краєзнавчі дослідження. – К.: 1999. – Випуск 2. – 655 с.
9. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 224 с.
10. Довгаль Д.В., Данько Н.І. Розвиток готельно-ресторанного та санаторно-курортного комплексу як складова інтенсифікації економіки України // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. — 2013. — № 1042. — С. 115—118.
11. Інформаційний розділ Всесвітньої Туристичної Організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.world-tourism.org.

12. Іспанські мотиви. Додаток до журналу "Вокруг света", 1997.
13. Кабушкин Н.И. Организация туризма / Н.И. Кабушкин // Минск: Новое знание, 2003. – 632. С.
14. Кацемир Я.В. Влияния качественного обслуживания на развитие туристической отрасли // Вісник Хмельницького національного університету. — 2015.
15. Ковешников В.С., Бунтова Н.В. Основные тенденции развития туризма в Украине // Развитие туризма – важное направление подъема экономики Украины: материалы 3 Международной научно-практической конференции. Донецк; ДИТБ, 1999. – 364 с.
16. Комліченко О.О. Фактори розвитку туристичної галузі // Науковий вісник Херсонського державного університету. — 2014. — № 8. — С. 75—79.
17. Конищева Н.И., Козачковская Г.В. Новые организационные формы развития индустрии туризма // Там же. – С. 39-40
18. Кузнецова Н.М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства. ФПУ інститут туризму. – К.: 1997. – 176 с.
19. Кушнірук Г.В. Резерви підвищення прибутковості туристичних підприємств // Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди. — 2016. — № 1. — С. 45—47.
20. Кухар О.В. Сучасні проблеми готельного господарства Києва // Туристично-краєзнавчі дослідження. – К.: 1998. – Випуск 1.–Ч.2.–565 с.
21. Лобанов А.Г. Привлечение инвестиций в туризм Украины // Там же. – С. 98
22. Лупич О.О. Формування конкурентоспроможного готельного господарства регіону: дис. ... канд. екон. наук (докт. філософії): 08.00.05. — Ужгород: 2017. — 285 с.
23. Наumenко Г.Я. Завдання і перспективи розвитку туристичної галузі в Україні Розвиток туризму в Україні. Проблеми і перспективи. – К.: 1995. – С. 32
24. Новикова В.І. Готельне господарство як складова туристської інфраструктури / В.І. Новикова // Географія та туризм. - 2009. - Вип.2. - С.133-138.

25. Новикова В.І. Санаторно-курортна сфера: інфраструктура складова, стан розвитку в Україні / В.І. Новикова // Географія та туризм. - 2011. - Вип.16. - С.93-101.
26. Папирян. Г. А. Міжнародні економічні відносини. Економіка туризму. М., 2000 р
27. Путівник - Іспанія, М., 2002 р.
28. Роберман Н.Д. Создание малых гостиниц – одно из направлений развития туризма в Донецком регионе // Развитие туризма – важное направление подъема экономики в Украине: материалы 3 международной научно-практической конференции. – Донецк; ДИТБ, 1999. – С. 223-225
29. Романенко О.В. Системи гостинності в туризмі //Науковий часопис НПУ імені М.П.Драгоманова. Серія №4, К.: 2009. - Випуск 10 (20). С.85-89.
30. Турковский М. Маркетинг гостиничных услуг: Учеб. – метод. пособие / Пер. с польск. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 296 с.
31. Туризм у Європі. Європейська комісія: Eurostat – L 6. – XXIV, 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
32. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід : монографія / кол. авт.; за ред. А. Ю. Парфіненка. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 280 с
33. Франческо Франжіаллі. Тенденції розвитку міжнародного туризму. — К, 2002. – 68 с.
34. Цибух В.І., Вихристенко Б.І., Попович С.І. Стан і перспективи розвитку туризму в Україні // Туристично-краєзнавчі дослідження. – К.: 1999. – Випуск 2. – С. 655
35. Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство / А.Д. Чудновский. – М.: Изд-во «ЕКМОС», 2001.– 400 с.
36. Щетинина К. И. Тенденции развития европейского рынка гостиничных услуг : дис. ... канд. экон. наук / К. И. Щетинина. – М., 2016. – 192 с.
37. A Practical Guide to Tourism Destination Management [Electronic source]. - Mode of Access: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284412433>.

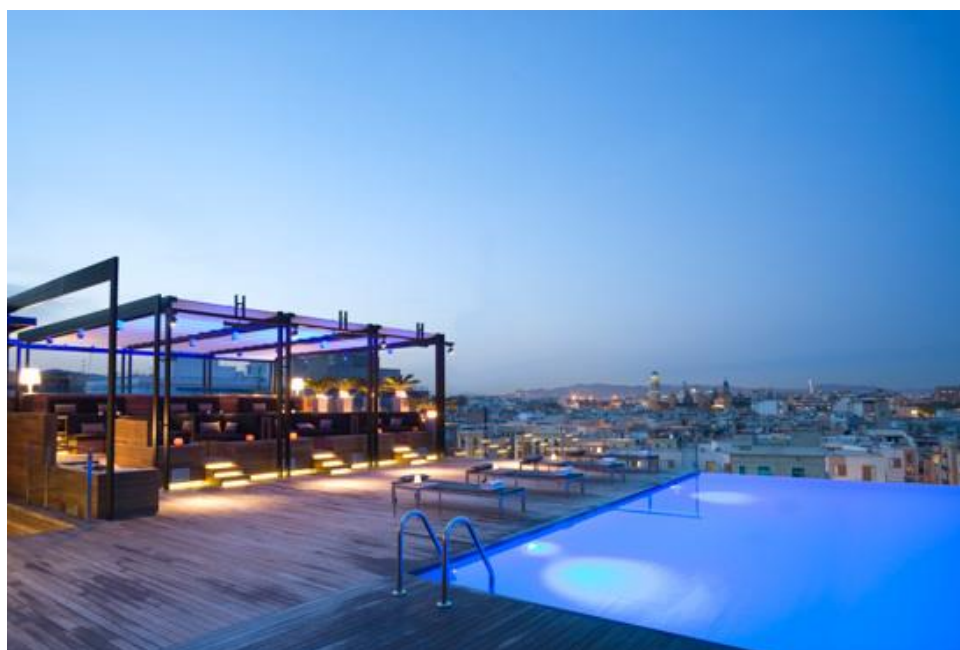
38. Electronic source. - Mode of Access: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/989284412433>.
39. Electronic source. - Mode of Access: <http://academspain.livejournal.com/8263.html>
40. Electronic source. - Mode of Access: http://ru.solmelia.com/homeR-uso/jsp/C_TopHotels.jsp?idCriterio=70569
41. Electronic source. - Mode of Access: <http://www.city-of-hotels.ru/165/hotel-chains-ru/nh-hotels.html>
42. Electronic source. - Mode of Access: <http://www.astravel.com.ua/onews/1128/>
43. Electronic source. - Mode of Access: www.tourspain.es
44. Electronic source. - Mode of Access: <http://spain-del.ru/hotels.html>
45. Javier Callejo, Jesús Gutiérrez y Antonio Viedma El proceso de constitución de España en una sociedad turística//Política y Sociedad, 2005, Vol. 42 Núm. 1: 151-168 (P. 162).
46. Leiper N. Tourism Management / N. Leiper. - [3d edition]. - Sidney: Pearson Education Australia, 2004. - 455 p.
47. MKG Hospitality: Bilan Mondial de l'activité hôtelière 2015. [Electronic resource]. – Way of access : <http://hospitality-on.com/les-dossiers/dossier-du-mois/bilan-hotelier-mondial-2015>.
48. Real Decreto 1209/1985, de 19 de junio, por el que se modifica parcialmente la estructura orgánica básica del Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones, se constituye el Instituto Nacional de Promoción del Turismo y se suprimen ciertos Organismos autónomos adscritos al Departamento.//Boletín Oficial del Estado, núm. 176 de 24 de julio de 1985. – P. 23487 -23492.
49. Real Decreto 271/1988, de 25 de marzo, por el que se regula el ejercicio de las actividades propias de las Agencias de Viajes//Boletín Oficial del Estado, núm. 76 de 29 de marzo de 1988. P. 9701- 9702.
50. WTO World tourism barometer. - Madrid, 2004. - Volume 2, №1. - 23 s.

ДОДАТКИ

Додаток А



Готель Grand Hotel Central's





Parador de Leon. San Marcos 5 *





Las Arenas Balneario Resort





Готель Casa Rural Priena





Готель Residencia Tarifa



Готель «Los Caracoles»



Готель «Plaza de Toros de Almadén»



Готель «Mil Estrelles»



Готель-печера «Cuevas Pedro Antonio de Alarcón»



Готель на деревах «Cabanes als Arbres»



Готель «Marqués de Riscal»

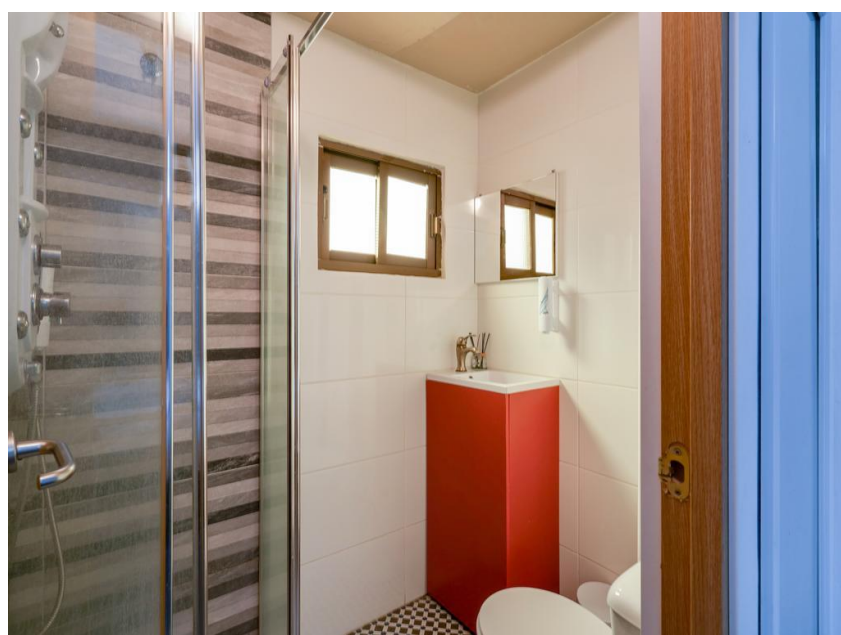


Готель «Sobre Ruedas Raluy»





Хостел OYO Ruzafa Guesthouse





Сільське угіддя Hotel Villa De Muro



Додаток М

Готель Hotel Tres Anclar 3*



Готель Hotel Servigroup Torre Dorada 4*



Готелю Las Arenas Balneario Resort 5*

