

## ІСПАНІЯ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Бусол Л.М., Левчук Л.О.

Український гуманітарний ліцей

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Левчук Н.І.

Інститут економіки та прогнозування Національної академії наук України

У статті розглянуто Іспанію на світовому туристичному ринку. Розвитку туризму в Іспанії сприяє її географічне розміщення, розвинута туристична інфраструктура. Досліджено сучасний стан розвитку туризму в Іспанії. Окреслено перспективи розвитку туризму Іспанії на світовому ринку.

**Ключові слова:** туризм, Іспанія, розвиток, туристичний ринок, світовий ринок, країни, географічне розміщення, доходи від туризму, інфраструктура, туристична діяльність.

**Постановка проблеми.** За даними всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), незважаючи на проблеми глобальної економіки, в останні роки спостерігається тенденція до збільшення кількості туристів у світі. Іспанія відіграє важливу геополітичну роль, зокрема є членом у багатьох міжнародних організаціях: ООН, НАТО, ЄС. Вона є індустріально-аграрною країною, яка входить до числа перших 10 країн світу за обсягом промислової продукції. Туризм є однією з важливих складових економіки Іспанії.

Дослідження особливостей туристичної діяльності в Іспанії є актуальним. Країна тривалий час входить до світової п'ятірки країн за показниками кількості прибулих туристів та отриманого доходу від туристичної діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню туризму присвячено багато праць [1-5]. Аналізу останніх досліджень і публікацій щодо туризму в Іспанії присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних вчених [6-10]. Інформаційною базою є статистичні дані Євростату, Всесвітньої туристичної організації ООН.

**Метою статті** є виявлення основних тенденцій розвитку туризму Іспанії, оскільки її досвід може стати корисним для України.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасних умовах туристична галузь, одна з небагатьох, яка активно розвивається у світі. Завдяки туризму населення має змогу ознайомитися з історією, культурою, звичаями, релігійними та духовними цінностями вибраної країни. Розвиток туризму є одним з інструментів підвищення рівня життя населення, розвитку транспорту, інфраструктури, який стимулює вкладення інвестицій в інфраструктуру (аеропорти, морські порти, дороги тощо), щоб адаптуватись до туристського попиту тощо. Для економіки країни – це поповнення державного бюджету, створення додаткових робочих місць, зростання престижу країни, розвиток інфраструктури. Водночас туризм має негативний вплив на навколишнє середовище, оскільки це додаткові відходи, сміття, забруднення повітря, шум та інші фактори, які мають вплив на здоров'я місцевого населення.

За даними ЮНВТО у 2013 р. зріс дохід від міжнародних туристичних поїздок на 5% порівняно з попереднім роком, досягнувши рекордної відмітки в 1 млрд 087 млн. \$. І уже за вісім місяців 2014 р. цей показник зріс ще на 5%. У 2013 р. на 52 млн. туристів збільшилась кількість подорожуючих.

За останніми даними ЮНВТО Франція, Сполучені Штати та Іспанія є найвідвідуванішими країнами світу. Іспанія займає третє місце за кількістю відвідувань туристів (табл. 1).

Таблиця 1

## Головні міжнародні туристичні напрями у 2012-2013 рр., млн. відвідувань

№	Країна	2012 рік	2013 рік
1.	Франція	83,0	–
2.	США	66,7	69,8
3.	Іспанія	57,5	60,7
4.	Китай	57,7	55,7
5.	Італія	46,4	47,7
6.	Туреччина	35,7	37,8
7.	Німеччина	30,4	31,5
8.	Великобританія	29,3	31,2
9.	Росія	25,7	28,4
10.	Таїланд	22,4	26,5

– немає даних

Джерело: UNTWO (2014). «UNTWO. Tourism Highligns. 2014 Edition». Р. 6, <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition>

Найбільший дохід у 2012-2013 рр. від туризму отримали такі країни (табл. 2), зокрема Іспанія отримала у 2013 р. 60,4 млрд \$

Таблиця 2

## Отримання доходу від туризму, млрд \$

№	Країна	2012	2013
1.	США	126,2	139,6
2.	Іспанія	56,3	60,4
3.	Франція	53,6	56,1
4.	Китай	50,0	51,7
5.	Макао (Китай)	43,7	51,6
6.	Італія	41,2	43,9
7.	Таїланд	33,8	42,1
8.	Німеччина	38,1	41,2
9.	Великобританія	36,2	40,6
10.	Гонконг	33,1	38,9

Джерело: UNTWO (2014). «UNTWO. Tourism Highligns. 2014 Edition». Р. 6., <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition>

Як видно з наведених даних, тривалий час не зникає зацікавленість туристів до Середземноморських країн, зокрема до Іспанії.

Туристичний ринок Іспанії сформований переважно завдяки зовнішньому попиту, який зорієнтований на прийом іноземних туристів. Туристи вибирають Іспанію, як відомий туристичний центр, оскільки наявний комфорт готелів, бездоганний сервіс, гостинність та турбота – головні чинники, які переважають під час вибору країни відпочинку.

Кількість поїздок до Іспанії туристами з ЄС за напрямками

Мета поїздок	2004	2005	2006	2012	2013
Всього	112755629	146623990	140815880	137313884	132350735
в особистих потребах	109579500	125021200	120900783	124268339	121547454
в ділових справах	3176129	21602790	19915097	13045545	10803281
для відпочинку та розваг	–	–	–	72081841	68719256
відвідування друзів, родичів	–	–	–	43310626	44628896
інше (паломництво, лікування)	–	–	–	8875873	8199301

– – немає даних

Джерело: за даними Євростату, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/data/database>

А відносно низькі ціни більшою мірою є визначальними. Іспанія пропонує туристам різні види турів: від пляжно-курортного, екскурсійного, розважального, гірськолижного, культурно-розважального до релігійного. Іспанія має добре розвинену сучасну готельну базу.

Іспанія, як і будь-яка країна, має унікальну культуру, свої традиції, а природно-кліматичне розташування сприяє її відвідуванню цілий рік. У табл. 3 наведено дані про кількість поїздок до Іспанії туристами з країн ЄС за напрямками: в особистих потребах; в ділових справах; для відпочинку та розваг; відвідування друзів та родичів; інше (лікування, паломництво). Аналіз статистичних даних показує, що у 2013 р. зменшилась порівняно з 2012 р. загальна кількість поїздок до Іспанії туристами з країн ЄС за всіма напрямками. На фоні міжнародної статистики зростання загальної кількості туристів, які відвідали Іспанію, можна говорити, що до Іспанії зростає зацікавленість туристів з країн, не членів ЄС.

У 2013 р. 48% туристів відвідали Іспанію в особистих потребах, 27% – для відпочинку, розваг, 18% – відвідання друзів та родичів, близько 4% в бізнесових справах, близько 3% – з метою лікування, паломництва. З огляду на вказані дані можна говорити про необхідність стимулювання та популяризування Іспанії як країни, яка може надавати не лише курортно-пляжні послуги, й для культурного розвитку туристів.

В Іспанії завдяки географічному положенню притаманні три основні кліматичні типи – континентальний, океанічний і середземноморський. Континентальний клімат в літні місяці приваблює туристів з Північної Європи й користується неабияким попитом серед самих іспанців.

Важливим фактором, який сприяє відвідуванню туристами Іспанії – це розвинута транспортна інфраструктура, зокрема в країні є 152 аеропорти, на яких працюють дві державні авіакомпанії – «Іберія» і «Авіадо», а також низка приватних авіакомпаній, які здійснюють авіарейси в Латинську Америку, США, Канаду, Японію, Північну Африку та країни Європи. Навантаженішими серед інших є великі аеропорти в Мадриді, Барселоні, Лас-Пальмасі (на о. Гран-Канарії), Малазі, Севільї та на о. Тенеріфе.

В Іспанії також функціонують морські порти: Картехена, Барселона, Більбао, Санта-Крус-де-Тенеріфе, Таррагона і Валенсія. Розвинутий автомобільний та швидкісний залізничний транспорт також сприяє збільшенню кількості туристів до Іспанії.

Саме туристів з Англії та Німеччини Іспанія приваблює насамперед кліматичним чинником та зручним транспортним сполученням (авіа та автомобільний тунель через протоку є зручним сполученням з Англією). Англіїці надають перевагу Коста-дель-Соль, а також Канарським островам.

Курортно-пляжний туризм, який фактично відсутній в Німеччині, приваблює їхніх жителів в Іспанію. Перевагу німці віддають як Канарським островам, так і узбережжю Каталонії і Андалусії.

Іспанський туризм приваблює жителів Португалії дешевиною, близькістю географічного положення та єдністю історичного і культурного коріння. Французькі туристи надають перевагу Іспанії в першу чергу через близькість, спорідненість мов, схожість кухні. Туристів з Італії Іспанія приваблює близькістю культурно-історичного розвитку.

Іспанія характеризується відносно низькою ціною туристичного продукту. Як видно з табл. 4 у 2013 р. туристи з країн ЄС, відвідуючи Іспанію, витрачали 21% на транспорт, 22% – на проживання, 15% від загальних витрат – на харчування.

Таблиця 4

Витрати в Іспанії туристами з країн ЄС, %

Статті витрат	2012	2013
Всього	100	100
витрати на транспорт	19	21
витрати на ресторани, кафе	14	15
витрати на проживання	20	22
витрати на товари	6	1
інші витрати	41	41

Джерело: розраховано за даними Євростату, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/data/database>

Отже, географічна близькість, клімат, відносно низька ціна туристичного продукту є визначальними під час вибору Іспанії як країни для міжнародного туризму для її близьких сусідів.

Туристів з США, Японії, Канади, для яких Іспанія є територіально відділеною країною, зацікавленість викликає як країна з багатою культурно-історичною спадщиною, зокрема періоду Ренесансу. Отже, для туристів з цих країн Іспанія приваблює пізнавальними подорожами.

Але саме курортний відпочинок приносить Іспанії найбільший дохід серед інших видів туризму. В першу чергу, це Коста-Брава, Коста-Дорада і Коста-дель-Маресме в Каталонії, Салоу і Барселона, узбережжя Коста-де-Валенсія та Коста-Бланка, Бенідорм, Коста-Каліда, лагуна Мар-Менор, Коста-де-Альмерія, Коста-Тропікаль, Коста-дель-Соль, Коста-де-ла-Лус, Балеарські острови (Мальорка, Менорка, Ібіс). Відпочинок на Канарських островах є цілорічним курортом через комфортний тропічний клімат.

На півночі Іспанії є відомі гірськолижні курорти в Піренеях, Центральній Кордельєрі, Іберійських горах, а також на півдні в Сьєрра-Неваді.

Іспанія заманює туристів також бажанням знайомитися з багатою історичною спадщиною, серед популярних міст є Мадрид та Барселона. У 2013 р.

Барселону відвідали більше 8 млн. туристів. У країні знаходяться відомі святині католицизму. Місто Сантьяго-де-Компостела знаходиться на третьому місці за значенням після Єрусалиму та Ватикану через мощі апостола Іакова. До них приходять до 200 000 людей за рік. Міста Санто Торібіо де Ліевана (Кантабрія) і Каравака-де-ла-Крус (Мурсія) також є значимими для католиків, які заманюють туристів з усього світу.

Іспанія славиться кінофестивалями, музичними фестивалями, ярмарками, міжнародними виставками, а також відомою коридою.

Туризм вимагає від держави вкладення додаткових коштів для поліпшення міст, прикраснення парків, скверів. Оскільки Іспанія – це не лише море, сонце і пісок, то потрібно для збільшення кількості туристів розробляти та популяризувати низку нових туристичних проєктів, метою яких буде просування національного продукту на міжнародний туристичний ринок. У цьому контексті, впровадження і розвиток різних програм на національному рівні стимулювало б розвиток туризму та сприяло б відновленню та збереженню природи.

Станом на 2010 р. 41 природну та культурно-історичну пам'ятку, що знаходяться на території Іспанії, включено до списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, 16 з яких визнані шедеврами, і 4 природними феноменами виняткової краси та естетичної важливості.

Туристів з усього світу захоплюють природні об'єкти (вершина Монте-Пердідо), національні парки Ордеса в Піренеях, Національний парк Гарахонай, «Торкаль» в Антекері, Айгуес-Тортес-і-Лаго-Сан-Маурісіо, озеро Санабрія, лагуни Руідера. Цікавинкою Іспанії є також вулканічний ландшафт та незвичайна природа Канарських островів, а особливо островів Тенеріф, на якому знаходиться вулкан Тейде – це найвища точка Іспанії. Останнім часом набуває поширення також і зелений туризм в Іспанії (відпочинок в сільській місцевості). Це напрями для подальшої популяризації туризму в Іспанії.

Іспанія виступає також центром надання освітніх послуг, завдячуючи яким, додатково залучаються кошти у туристичну сферу. Розвитку туристичної сфери в Іспанії сприяє також те, що іспанська мова є другою за поширенням серед мов на планеті за кількістю людей, які розмовляють нею, як першою. Нею розмовляють більше 500 мільйонів населення планети. Іспанська мова є офіційною мовою в двадцять одній країні, також є однією із шести офіційних мов ООН, поряд з арабською, китайською, французькою, російською. Щороку кількість людей, які розмовляють іспанською збільшується. Збільшується і кількість людей, які володіють нею як другою. А тому, у туристів, які володіють іспанською мовою, не виникає труднощів у спілкуванні, що є додатковим фактором у виборі Іспанії як країни для здійснення подорожей.

**Висновки та пропозиції.** Туризм сприяє підтриманню миру і взаєморозуміння, між країнами. Країни отримують доходи не лише від туризму, а й за рахунок здійснення міжнародних перевезень. А це значна частина додатково залучених коштів у державу.

Нині Іспанія займає другу позицію в рейтингу світових туристських держав за обсягами отримання доходів від туризму та третю за кількістю відвідувань. Незважаючи на економічні складнощі цілеспрямована політика уряду дозволяє Іспанії бути лідером у туристичній сфері, отримуючи значні доходи у державний бюджет й робочі місця для місцевого населення. Одним із завдань уряду є розробка національних стратегій підтримки туристичної галузі.

Іспанія може додатково залучати кошти за рахунок розширення надання туристичних послуг до природних об'єктів, які включені до списків ЮНЕСКО, надання освітніх послуг та рекламуючи Іспанію, як країни з багатою історичною спадщиною.

Досвід Іспанії може стати корисним для України.

### Список літератури:

1. Крижанівський В. П. Країнознавство: підручник / В. П. Крижанівський, М. С. Дорошко, В. І. Головченко, П. М. Ігнат'єв, Р. А. Кривонос; ред.: М. С. Дорошко; Київ: нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К.: Знання, 2012. – 439 с.
2. Багров М. В. Країни Європейського Союзу: Енциклопед. довід. / М. В. Багров, Я. Б. Олійник, К. О. Третяк, А. В. Степаненко. – К.: ВГЛ «Обрії», 2004. – 176 с.
3. Алешугіна Н. О. Туристичне країнознавство у таблицях і схемах: [навч. посіб.] / Н. О. Алешугіна, О. О. Зеленська, І. В. Сміль. – Ніжин: Лисенко М. М., 2011. – 386 с.
4. Бабкин А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. – М.: Феникс, 2008. – 256 с.
5. Варламова Т. К. Все страны мира / Т. К. Варламова. – М.: Рипол Классик, 2008. – 209 с.
6. Roger W. Barcelona & Catalonia / Roger Williams. – London: Dorling Kindersley, 2005. – 180 p.
7. Географія та історія Іспанії: Посіб. з країнознавства / уклад.: А. О. Серебрянська. – К.: Київ. держ. лінгв. ун-т, 1998. – 269 с.
8. Raul de-Arriba. Global tourism, competitiveness and economic policy in Spain / Raul de-Arriba // Актуал. пробл. економіки. – 2011. – № 12. – С. 347-356.
9. Афанасьев О. Е. Оцінка забезпеченості рекреаційно-туристськими ресурсами адміністративно-територіальних одиниць Королівства Іспанія / О. Е. Афанасьев // Дніпропетровський національний ун-т. Вісник ДІТБ. – 2007. – № 11. – С. 121-127.
10. Пустиннікова І. С. Середньовічні замки Європи / І. С. Пустиннікова, Н. Ю. Безпалова. – Ілюстрована енциклопедія. – Харків: Мікко-Сервіс, 2010. – 160 с.

**Бусол Л.Н., Левчук Л.О.**

Український гуманітарний лицей

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Левчук Н.І.**

Інститут економіки і прогнозування Національної академії наук України

## ИСПАНИЯ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

### Аннотация

В статье рассмотрено Испанию на мировом туристическом рынке. Развитию туризма в Испании способствует ее географическое положение, развитая туристическая инфраструктура. Исследовано современное состояние развития туризма в Испании. Определены перспективы развития туризма Испании на мировом рынке.

**Ключевые слова:** туризм, Испания, развитие, туристический рынок, мировой рынок, страны, географическое размещение, доходы от туризма, инфраструктура, туристическая деятельность.

**Busol L.M., Levchuk L.L.**

Ukrainian Humanities Lyceum of Taras Shevchenko National University of Kyiv

**Levchuk N.I.**

Institute for Economics and Forecasting of the National Academy of Sciences of Ukraine

## SPAIN IN THE GLOBAL TOURISM MARKET

### Summary

The article deals with Spain in the global tourism market. geographical location, developed tourist infrastructure contribute to tourism development of Spain. The current state of tourism in Spain is examined. Prospects of development of tourism in Spain in the world market are determined.

**Keywords:** tourism, Spain, development, tourism market, global market, countries, geographical location, income from tourism, infrastructure, tourism activity.