

Міністерство освіти і науки України  
Університет митної справи та фінансів  
Факультет інноваційних технологій  
Кафедра міжнародного туризму та готельно-ресторанної справи

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему «Туристичний потенціал Іспанії»

Виконала: студентка IV курсу  
спеціальності 242 «Туризм»  
Нестеренко Є.Д.

Керівник:  
к. г. н., доц. Бойко З. В.

Дніпро – 2024

## АНОТАЦІЯ

*Нестеренко Є.Д.* Туристичний потенціал Іспанії. Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр» за спеціальністю 242 «Туризм». – Університет митної справи та фінансів, Дніпро, 2024.

Об'єкт дослідження: туристичні ресурси Іспанії

Предмет дослідження: туристичний потенціал Іспанії.

Мета роботи: дослідження туристичного потенціалу Іспанії як країни, перспективної для туризму.

Одержані висновки та їх новизна: Розглянуто туристичні ресурси як основу функціонування туристичної індустрії, надано характеристику методам і методикам дослідження туристичних ресурсів. Проаналізовано природні, історико-культурні та інфраструктурні ресурси Іспанії. Культурна спадщина країни, з її багатою історією, включає численні пам'ятки історичної, архітектурної та культурної значущості, що створюють потужний потенціал для розвитку туристичної індустрії. Встановлено, що Іспанія має добре розвинену туристичну інфраструктуру і може запропонувати сучасні високоякісні готелі, численні магазини, відмінне харчування та розвинену транспортну мережу.

Розроблено пізнавальний тур «Діаманти Іспанії» для туристів з Дніпра, під час якого туристи зможуть познайомитися з культурою країни.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані в діяльності туристичних фірм та туристичних операторів при розробці пакету туристичних послуг до Іспанії.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків. Робота викладена на 71 сторінці, містить 25 таблиць, 16 рисунків. Список використаних джерел містить 56 найменувань.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ, ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, ІСПАНІЯ.

## ABSTRACT

*Nesterinko Y.D.* Tourism Potential of Spain. Thesis for a bachelor degree in specialty 242 "Tourism". – University of Customs and Finance, Dnipro, 2024.

Object of research: tourism resources of Spain

Subject of research: tourism potential of Spain.

Purpose: to study the tourism potential of Spain as a country promising for tourism.

The conclusions and their novelty are obtained: The tourism resources have been considered as the foundation of the tourism industry. The characteristics of methods and techniques for researching tourism and resources are provided. The natural, historical-cultural, and infrastructural resources of Spain have been analyzed. The cultural heritage of the country, with its rich history, includes numerous monuments of historical, architectural, and cultural significance, creating a powerful potential for the development of the tourism industry. It has been established that Spain has a well-developed tourist infrastructure and can offer modern high-quality hotels, numerous shops, excellent dining options, and a developed transportation network.

The educational tour "Diamonds of Spain" for tourists from Dnipro has been developed, during which tourists will be able to get acquainted with the culture of the country.

Practical meaning : The results of the study can be used by travel agencies and tour operators when developing a package of tourist services to Spain.

The thesis consists of an introduction, three sections, and conclusions. The work is laid out on 71 pages, contains 25 tables, 16 figures. The list of used sources contains 56 names.

KEY WORDS: TOURISM, TOURISM RESOURCES, TOURISM POTENTIAL, SPAIN.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІЇ.....	7
1.1. Суть поняття туристичний потенціал.....	7
1.2. Класифікація, властивості та характеристики туристичних ресурсів....	16
1.3. Методика оцінювання туристичного потенціалу території.....	23
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	30
РОЗДІЛ 2. ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІСПАНІЇ ЯК ОСНОВА РОЗРОБКИ ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ.....	31
2.1. Природно-ресурсні складові туристичного потенціалу.....	31
2.2. Історико-культурні компоненти туристичного потенціалу.....	36
2.3. Туристично-інфраструктурний потенціал.....	39
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	45
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІСПАНІЇ.....	46
3.1. Проблеми розвитку туристичного потенціалу.....	46
3.2. Перспективи розвитку туристичного потенціалу Іспанії.....	51
3.3. Розробка маршруту, атракцій та бюджету туру Іспанією.....	54
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	59
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТКИ.....	67



## ВСТУП

Іспанія є другою в Європі та четвертою у світі за кількістю туристів, які приїжджають щороку. Це відбувається завдяки географічному положенню країни, яке характеризується оточенням Середземного моря на півдні та сході, а також, Атлантичним океаном – на півночі; тривалій історії країни, яка залишила чималу кількість історичних пам'яток та історичним міських територій; наявність гір із сприятливими умовами для гірськолижного катання. Актуальність теми роботи полягає у розкритті туристичного потенціалу Іспанії та створенні нових туристичних маршрутів у межах країни, оскільки Іспанія має велику кількість туристично привабливих локацій та розвинену туристичну інфраструктуру.

Мета роботи. Метою кваліфікаційної роботи є дослідження туристичного потенціалу Іспанії як країни, перспективної для туризму.

Завданнями кваліфікаційної роботи виступили:

- розкрити суть поняття туристичного потенціалу, дати пояснення даного поняття та проаналізувати його значення для людства та конкретної країни;
- розкрити, якими саме можуть бути туристично ресурси тієї чи іншої країни або регіону;
- навести методичку оцінки туристичного потенціалу країни, яка досліджується;
- проаналізувати природно-ресурсні складові туристичного потенціалу Іспанії та визначити яким чином природні умови та об'єкти можуть генерувати туристичний потік;
- проаналізувати, як історичні та культурні об'єкти (події) можуть генерувати туристичний потік в Іспанії;
- проаналізувати проблематику розвитку туризму в Іспанії та туризму, як галузі економіки;

– проаналізувати та навести перспективи розвитку туризму в Іспанії, які переваги та ризики несе за собою розвиток туризму у країні;

– розробити туристичний маршрут Іспанією, який буде насичений відвідуванням відомих туристичних локацій.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи виступають туристичні ресурси Іспанії.

Предметом дослідження виступає туристичний потенціал Іспанії.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети у роботі використано сучасні загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема: історичного аналізу; системного аналізу та синтезу; економіко-статистичні та методи порівняння; графічні методи (побудова схем, графіків, діаграм). Ці методи використовуються як у практичному, так і в теоретичному вимірах.

Інформаційну базу дослідження становлять навчальні посібники, статті у періодичних виданнях, статистичні дані, матеріали науково-практичних конференцій, інформаційні ресурси Internet.

Практична значущість роботи полягає в розробці пізнавального туру до Іспанії «Діаманти Іспанії».

Апробація результатів роботи. Кваліфікаційна робота апробована на Міжнародній науково-практичній конференції «Економіко-правові та соціально-технічні напрями еволюції цифрового суспільства, м. Дніпро.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, додатків і списку використаних джерел. У першому розділі роботи розглянуто теоретичні засади дослідження туристичного потенціалу території. У другому розділі роботи розглянуто туристичний потенціал Іспанії як основу для розробки туристичного маршруту. У третьому розділі роботи визначено проблеми та окреслено перспективи розвитку туристичного потенціалу Іспанії. Загальний обсяг роботи становить 71 сторінку тексту, список використаних джерел містить 56 джерел.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІЇ

### 1.1. Суть поняття туристичний потенціал

Туризм відіграє важливу роль у розвитку економіки країни та окремих її регіонів, а також суттєво сприяє розвитку суспільства в цілому.

Важливим є туристичний потенціал регіону. Цей термін досить часто використовується в науці та публікаціях. Туристичний потенціал складається з можливостей, які зумовлені природними ресурсами, а також, з ресурсів, що зумовлені можливістю та повнотою використання природнього потенціалу. На рис. 1.1 показана залежність потенціалу, розвитку туризму та позитивні зміни у країні, пов'язані з розвитком туризму.



Рисунок 1.1 – Підстави розвитку туризму та його значення

Джерело : складено автором за [8]

Це свідчить про актуальність дослідження цього питання. Незважаючи на досягнення в науці, деякі теоретичні та практичні аспекти залишаються невивченими. У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі відсутній єдине

загальноприйняте визначення терміну «туристично-рекреаційний потенціал». Різні автори мають відмінні погляди на його тлумачення [4].

Науковці пропонують різні підходи до розуміння терміну «туристично-рекреаційний потенціал», використовують взаємовиключні ухвали щодо його сутності, змісту та функцій.

Вони розкривають характеристику туристично-рекреаційного потенціалу, причому широке використання терміну «потенціал» пояснюється різноманітністю об'єктів, до яких він застосовується. Основне, що об'єднує різні види потенціалу в тлумаченнях вчених, – це наявність різноманітних можливостей чи здібностей у відповідній сфері.

У енциклопедичних джерелах термін «потенціал» визначається як сукупність всіх наявних ресурсів, можливостей продуктивних сил, організаційних здібностей та іншого, що може бути використане у певній галузі, ділянці або сфері життєдіяльності людини.

Згідно схеми на рис. 1.2, туристичний потенціал або туристичні ресурси складаються з природних та антропогенних об'єктів, що можуть викликати зацікавлення в туристів. Інфраструктура є доповненням до цього, але теж є потенціалом, оскільки це може бути і визначним фактором для рішення відвідати місцевість.

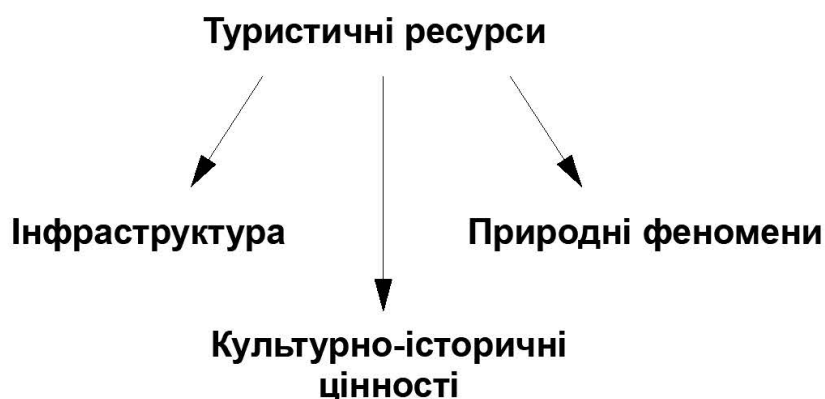


Рисунок 1.2 – Складові туристичних ресурсів

Джерело : складено автором за [15]

У науковому дослідженні спостерігаються термінологічні труднощі у визначенні поняття «туристичний потенціал». Багато науковців, пояснюють це тим, що туристична термінологія має своє коріння у сфері рекреаційної географії, де термін «рекреація» використовується досить часто. [15].

Є два етапи розвитку туризму на території, їх наведено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Етапи туристського освоєння території

Етап	Сутність освоєння	Цільова група туризму
I. Рекреаційний	Освоєння та дослідження місцевими жителями, створення умов для відпочинку місцевих жителів	Міське населення, що не потребує ночівлі та підвищених умов сервісу
II. Туристичний	Створення умов для залучення туристів з віддалених територій, промоція туристичного об'єкту через сучасні канали масового зв'язку	Туристи з інших регіонів країни або з інших країн, що потребують якісного сервісу

Джерело : складено автором за [17]

Одна й та ж територія може функціонувати як місце для туристичних заходів для відвідувачів з віддалених регіонів та інших країн, а також як місце для рекреації для місцевого населення.

За наявною інформацією, поняття «рекреація» широко використовується в наукових колах, проте воно не завжди чітко відділяється від суміжних термінів. Зазвичай, «рекреація» означає сферу відпочинку та обслуговування населення, яке проживає поруч, відносно конкретних територій [5].

З точки зору економіки, ресурси представляють собою набір матеріальних і нематеріальних елементів, які можуть бути застосовані для задоволення людських потреб. у виробничій та невиробничій сферах. У туризмі, «туристичні ресурси» охоплюють природні, історичні та соціально-культурні об'єкти, які задовольняють потреби туристів і зміцнюють фізичний стан [15].

Більшість дослідників розрізняють ці терміни так: туристичний ресурс – це ресурс, який вже використовується або найбільш ймовірно буде

використаний у найближчому майбутньому для туристичних цілей на певному місці, тоді як потенціал – це оцінка цих ресурсів, або їх сукупності, або різних компонентів потенціалу певної місцевості. Такий підхід дозволяє порівнювати різні ресурси між собою або потенціал різних регіонів або країн (табл.1.2).

У літературі з туризму зустрічаються різні визначення туристичних ресурсів, що призводить до їх класифікації на різні групи, які включають різні компоненти.

Таблиця 1.2 – Дослідження думок науковців стосовно економічної сутності туристичного потенціалу

Автор	Гіпотеза
Т.І. Ткаченко	Туристичний потенціал підприємства означає, що воно може надавати різноманітні послуги для туристів, такі як проживання, харчування, екскурсії тощо, якщо має необхідні ресурси. Проте формування турів без участі інших компонентів туристичної інфраструктури може бути складним.
Г.Н. Захаренко	Туристичний потенціал визначається як сукупність матеріальних та нематеріальних можливостей, які привертають туристичний інтерес до певної території. Це є основою для розвитку туристичної діяльності, включаючи створення туристичних продуктів та задоволення потреб управління, контролю та розвитку виробництва і споживання продукції для сталого економічного зростання

Джерело : складено автором за [17]

Деякі автори вважають, що туристичний потенціал території складається з таких елементів: 1) туристичні ресурси регіону; 2) фактори, що впливають на туристичну діяльність у регіоні. Цей підхід відрізняється тим, що він чітко розділяє наявні ресурси від можливостей регіону. [35].

Існує тлумачення, що туристичний потенціал визначається як поєднання природних та природно-антропогенних ресурсів регіону, що застосовуються або можуть бути застосовані в туристичній галузі, враховуючи їх розвиток для задоволення змінних потреб клієнтів. [41].

Стверджується, що таке розподілення, як на рис. 1.3 дозволяє оцінити внутрішній потенціал рекреаційно-територіального комплексу як ключову умову його розвитку.



Рисунок 1.3 – Групи елементів потенціалу

Джерело : складено автором за [17]

Загалом, пропонується підтримувати підхід, що відрізняє поняття «туристичні ресурси» і «туристичний потенціал», розглядаючи їх з точки зору можливості та здатність суб'єктів туристичної індустрії ефективно використовувати ресурси як потенціал. (рис. 1.4).

На основі аналізу різних підходів приходимо до висновку, що поняття «туристичний потенціал» ширше, ніж «туристичні ресурси», оскільки включає в себе останнє.

На наш погляд, туристичний потенціал регіону – це сукупність економічних, унікальних природних та ресурсних, культурно-історичних, соціальних, релігійних особливостей регіону (області) країни, які можуть сприяти розвитку туристичної галузі.

При такому підході стає надзвичайно складним або навіть неможливим визначення туристичного потенціалу будь-яким об'єктивним методом. Підтвердженням цього є відсутність у світовій науковій практиці універсального прийнятого наукового методу для оцінки туристичного потенціалу території, хоча існують значні досягнення в оцінці окремих компонентів. Складність полягає в тому, що країни і регіони настільки різноманітні [13], що навіть при комплексних оцінках складно впевнитися у достовірності порівнянь із подібними оцінками інших країн. Ці проблеми

виникають як через складність туристичної науки, так і через її коротку історію.



Рисунок 1.4 – Схема туристичного потенціалу регіону

Джерело : складено автором за [18]

У структурному плані, туристичний потенціал регіону можна розглядати як сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих потенціалів, які включають природно-ресурсний, історико-культурний, економічний і соціальний аспекти.

Природно-ресурсний потенціал туризму визначається як здатність природних систем без шкоди для них самих і для людей надавати необхідну продукцію або корисну роботу в межах економіки даного історичного типу та можливості регіону використовувати свої природні ресурси в туристичній діяльності [40].

Історико-культурний потенціал включає можливості розвитку туризму, що впливають з історичних і культурних цінностей, що існують у регіоні.



Економічний потенціал туризму є частиною економічного потенціалу регіону і характеризує здатність регіону до відтворення туристичного продукту. Цей потенціал включає інфраструктурний, фінансовий, інформаційний, інвестиційний та управлінський аспекти.

Соціальний потенціал туристичної галузі описує можливості регіону щодо забезпечення необхідної робочої сили для здійснення туристичної діяльності. Використання лише матеріальних ресурсів туризму недостатнє для створення, розподілу, обміну та споживання туристичного продукту регіону. Соціальний потенціал включає висококваліфікований персонал, який здатен здійснювати різноманітні види туристичної діяльності [40].

У Законі України «Про туризм» визначено «туристичні ресурси» як сукупність природних, кліматичних, історичних, культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів певної території, що задовольняють різноманітні потреби туристів. [30]. З метою більш детального аналізу, доцільно звернути думку вчених стосовно аспектів розвитку туристичної галузі. (табл.1.3).

Таблиця 1.3 – Зріз думок вчених стосовно аспектів розвитку туристичної галузі

Вчений	Гіпотези та дослідження
Е.Є. Радченко	Основними темами дослідження є визначення понять «туристичний продукт регіону» та «туристична пропозиція регіону». Зазначено, що складовими ресурсами туристичного потенціалу є природні, історико-культурні, соціально-економічні та інфраструктурні ресурси, серед яких нове поняття «туристичний клімат» який вказує на сприятливе середовище для розвитку туризму у регіоні.
Т.І. Божук	Туристичний потенціал включає як природні, так і культурно-історичні складові, які представлені музеями, пам'ятками культури, архітектурою, археологічними об'єктами, традиціями та народними промислами.

## Продовження таблиці 1.3

Огієнко А.В. та Огієнко М.М.	В науковій літературі немає єдиного та загальноприйнятого терміну «туристичний потенціал», а його визначення є складним. Вони розглядають туристично-ресурсний потенціал як можливості, які є на певній території для організації туристичних подій, враховуючи природні, культурно-історичні та економічні умови.
М.П. Мальська та Н.М. Паньків	Туристичний потенціал можна розділити на дві основні групи – туристичні ресурси та туристичну інфраструктуру, кожна з яких містить відповідні підгрупи (рис. 1.2). Для визначення того, як краще розвивати туристичні можливості певної області або місцевості потрібно виконати кілька кроків, зокрема: виявлення потенціалу, оцінка його потенціалу та сучасного стану використання, аналіз можливостей для інтенсифікації використання, Факторний аналіз або чинники його формування виявляють та оцінюють туристично-ресурсний потенціал, що обумовлено різноманітністю природних та культурно-історичних ресурсів та соціально-економічного розвитку. Регіональні відмінності населення виявляються у їх етногеографічних та національних особливостях, структурі поселень та демографічному складі, а різний рівень економічного розвитку впливає на інфраструктурну складову. Чинники, що формують територіальні туристично-ресурсні об'єднання, включають спільність території, розташування туристичних закладів, інтенсивність взаємодії з сферою обслуговування, наявність туристичних маршрутів та обсяг туристичних послуг.
Радченко Є.С.	Всі ці процеси значною мірою залежать від глобальних, національних та регіональних умов, оскільки піддаються впливу різноманітних зовнішніх та внутрішніх чинників, котрі враховуються за допомогою нового терміну «туристичний клімат». Так, «туристичний клімат» означає сукупність чинників, які сприяють або перешкоджають формуванню та розвитку туристичного потенціалу конкретної території. При розгляді сприятливого туристичного клімату регіону мається на увазі ідеальні умови для розвитку туризму. Ці умови можна умовно розділити на дві групи впливових факторів: мікрочинники і макрочинники. До мікрочинників відносяться такі аспекти, як наявність ресурсів, соціально-економічний розвиток, розвиток суміжних галузей, ініціативи на рівні регіону, доступ до інформації, імідж регіону та взаємодія між органами влади та бізнесом. Макрочинниками є міжнародні відносини, економічний та культурний контекст, науковий прогрес, нормативно-правове середовище та імідж країни.

## Продовження таблиці 1.3

Г.Л. Монастирський	Організація системи є результатом процесу, але не кожен процес призводить до формування системи, що вказує на його первинний характер. Для нас вкрай важливим є дослідження всіх процесів, що можуть вплинути на організацію туристичних ресурсів на певній території, та оцінка можливостей їх виникнення через факторний аналіз. Організація туристичних ресурсів включає в себе створення системи, яка базується на взаємозв'язку різних елементів, що провокує виникнення нових властивостей системи, які не завжди можуть бути зведені до суми властивостей її складових. Якість організації системи зазвичай виражається в ефекті синергії, де результат функціонування системи в цілому перевищує суму результатів окремих елементів. Організація туристичних ресурсів на всій території, а не лише на окремих її частинах, значно збільшує можливість виникнення ефекту синергії.
--------------------	---

Джерело : складено автором за [35]

Останнім часом термін «туристичний потенціал» став дуже популярним у туристичній літературі, проте розуміння його конкретного змісту залишається складним через відсутність загальноприйнятого професійного тлумачення. Основні характеристики системи та структури туристичного потенціалу території за для оцінки можливості розвитку туризму та раціонального використання рекреаційних ресурсів (табл.1.4, рис. 1.5).



Рисунок 1.5 – Структура туристичного потенціалу території

Джерело : складено автором за [18]

Таблиця 1.4 – Основні характеристики системи організації туристичних ресурсів

№ п/п	Характеристика
1	присутність різних елементів, таких як природні, соціальні, економічні тощо;
2	наявність взаємозв'язків між ними компонентами та навколишнім середовищем
3	наявність структури компонентів, яка створює стійкість і стабільність системи
4	взаємодія елементів системи, що призводить до створення процесів, що впливають на результативність організації системи;
5	формування змінних системних процедур. Ці процеси створюють організований продукт, змінюючи ресурси системи.
6	цілісність та емерджентність
7	вплив зовнішніх обставин і факторів на зовнішнє середовище системи, хоча вони не є її складовою частиною
8	концептуальні умови формування

Джерело : складено автором за [35]

Цей системний підхід дозволяє аналізувати фактори, що впливають на її формування, властивості сформованої організації, а також встановлювати її цілісність, організованість та доцільність загалом.

Отже, розглянуто поняття туристичного потенціалу, його складових та чинників, що впливають на його формування. Проаналізовано складові туристичного потенціалу.

## 1.2. Класифікація, властивості та характеристики туристичних ресурсів

Існує багато класифікацій природних ресурсів, які базуються на їхньому походженні та призначенні для використання. Природні ресурси, такі як мінерали, земля, вода, ліси, тваринний світ, місця відпочинку та клімат, можна розділити на різні групи або категорії, оскільки вони є частинами навколишнього середовища. Зростання проблем раціонального використання привело до широкого визнання класифікації, відомої як екологічна класифікація. Згідно з цією системою, вони поділяються на такі групи:

невичерпні, вичерпні відновлювані, та вичерпні невідновлювані, такі як мінеральна сировина та будівельні матеріали [40].

Технологічна оцінка полягає у визначенні придатності природних тіл або явищ для різних видів людської діяльності з урахуванням сучасної або перспективної технології їх використання. Економічна оцінка, у свою чергу, відображає вартісний вираз природних умов і ресурсів, що виник з потреб господарства. Рекреаційні ресурси становлять матеріальну основу для формування рекреаційної галузі народного господарства і вимагають уважного використання, охорони та примноження. Їх необхідно оцінювати якісно і кількісно, враховуючи їхню придатність та альтернативність використання в різних галузях народного господарства. Існують три типи ресурсів, які впливають на формування галузевої та територіальної організації рекреаційних комплексів, наведені у таблиці 1.5.

Таблиця 1.5 – Основні типи рекреаційних ресурсів

№ п/п	Характеристика
1	Природні ресурси – включає чинники та компоненти природного середовища, що мають властивості, відповідні для відпочинку. Ці ресурси використовуються для того, щоб люди могли відпочивати, подорожувати, отримувати медичне лікування та підтримувати своє здоров'я. Сюди входять, лікувальні кліматичні зони, поверхневі води, мінеральні води, грязі та рекреаційні місцевості в гірських та передгірських районах, а також заповідні території та ліси.
2	Соціально-економічні ресурси – це культурні пам'ятки, які використовуються для створення та розвитку рекреаційних об'єктів і послуг для задоволення потреб у відпочинку та розвагах людей.
3	Соціально-економічні ресурси – це інфраструктура і засоби рекреаційних об'єктів і послуг для задоволення потреб людей у відпочинку і розвагах, частини матеріального виробництва, що безпосередньо забезпечують потреби у відпочинку, а також об'єкти інфраструктури, які використовуються для рекреації, і трудові ресурси, що залучені до рекреаційного господарства.

Джерело : складено автором за [31]

У рекреаційній географії основними концепціями є рекреаційні ресурси та рекреаційне середовище. Рекреаційні ресурси охоплюють як природні

компоненти навколишнього середовища, так і соціокультурні феномени, які, завдяки своїм характеристикам, можуть бути використані для рекреаційної діяльності. Важливо відзначити, що оцінка і використання рекреаційних ресурсів є відносними: той же ресурс може мати різні оцінки в залежності від потреб і стандартів, які змінюються з часом. Рекреаційні ресурси поділяються на природно-географічні, природно-антропогенні та суспільно-історичні.

Рекреаційне середовище включає різноманітні компоненти, які обумовлюють можливості для рекреаційної діяльності, табл. 1.6.

Таблиця 1.6 – Компоненти, що обумовлюють можливості для рекреаційної діяльності

№ п/п	Компонент	Джерело виникнення
1	Природне середовище	Природа
2	Квазіприродне або природно-антропогенне середовище, яке включає лісопарки, водосховища, культурні ландшафти тощо	Змішане
3	Культурне середовище, яке охоплює міські ландшафти та історико-культурні об'єкти	Антропогенне або змішане
4	Техногенне середовище, яке включає інфраструктуру та технічні розважальні комплекси.	Антропогенне
5	Соціальне середовище, яке враховує соціальні аспекти рекреації	Антропогенне

Джерело : складено автором за [9]

Характеристика рекреаційного середовища може мати як позитивні, так і негативні аспекти. До позитивних властивостей можуть належати наявність цілющих природних ресурсів, комфортний клімат, тривалий купальний сезон, мальовничі природні ландшафти, розвинена індустрія розваг, й сприятлива екологічна та соціальна ситуація, забезпечення особистої безпеки. Рівень готовності території для рекреаційного використання визначається різноманітними факторами, включаючи природну та соціокультурну підготовленість, інфраструктурну розвиненість, екологічну та соціальну захищеність. Для класифікації рекреаційних ресурсів та їх оцінки розроблено різноманітні підходи, зокрема, велику увагу приділено методам О.О. Бейдика.

Він розробив докладну класифікацію, а також методики інвентаризації та оцінки ресурсів, створивши бази даних для різних регіонів України (табл.1.7).

Таблиця 1.7 – Категорії ресурсів

Природно-географічні ресурси	Природно-антропогенні ресурси	Суспільно-історичні ресурси
земна поверхня, включаючи рельєф та геологічні особливості	Природного походження	архітектурно-історичні пам'ятки, включаючи будівлі різних епох та стилів
фауна та флора	Антропогенного походження	біосоціальні пам'ятки, пов'язані з життям видатних особистостей
кліматичні умови		пам'ятки подій, що відображають різноманітні аспекти історії та культури
ландшафти		
земні надра, такі як печери		
водні ресурси, включаючи річки, озера, моря, джерела		

Джерело : складено автором за [9]

Ці ресурси допомагають визначити потенціал рекреаційного середовища, яке може мати як позитивні, так і негативні характеристики, такі як, комфортний клімат, розвинена інфраструктура, культурні та історичні об'єкти, а також екологічна та соціальна стабільність. Туристично-рекреаційні ресурси охоплюють об'єкти та явища, які походять як з природного, так і з природно-антропогенного та соціального середовищ. Ці ресурси використовуються для подорожей, відпочинку, лікування та оздоровлення, і мають значний вплив на організацію рекреаційної діяльності [40].

Класифікація суспільно-історичних рекреаційно-туристичних ресурсів є складною. Ці елементи антропогенного походження, які мають соціально-економічну та суспільно-історичну значимість і залучені до сфери рекреації та туризму. Їх склад та перелік залежать від суспільно-економічної ситуації і можуть змінюватись в залежності від потреб та тенденцій.

Життєвий цикл суспільно-історичних рекреаційних ресурсів зазвичай коротший, ніж у природних. О.О. Бейдик класифікує їх на три групи:

архітектурно-історичні, біосоціальні та подійні [1]. І.М. Яковенко розробила класифікацію рекреаційних ресурсів, яка акцентується на природному рекреаційному потенціалі. Ресурси рекреації систематизовані за кількома основними ознаками, табл. 1.8 [18].

Таблиця 1.8 – Класифікація ресурсів за основними ознаками

За цільовим призначенням	За технологією рекреаційного використання	За використанням компонентів середовища
ресурси цільового призначення	рекреаційно – лікувальні	кліматичні
ресурси супутнього використання	рекреаційно – оздоровчі	водні (поверхневі води)
	рекреаційно – спортивні	бальнеологічні (підземні води)
	рекреаційно – пізнавальні	грязеві й озокеритні
		геоморфологічні
		пляжні
		флористичні та фауністичні
		пейзажно - ландшафтні
		пізнавально – природні (інформаційні)
		природно – антропогенні
		історико – культурні

Джерело : складено автором за [18]

Природно-рекреаційні ресурси поділені на такі групи з урахуванням їхніх основних характеристик: кліматичні ресурси; бальнеологічні та грязьові ресурси; пляжні рекреаційні угіддя та ресурси; водні ресурси; ресурси рельєфу (земної поверхні); ресурси природно-пізнавальної сфери.

І. М. Яковенко виділяє наступні типи рекреаційного природокористування, таблиця 1.9.



Таблиця 1.9 – Типи рекреаційного природокористування за версією М.

Яковенка

Тип	Підтип
Рекреаційно-лікувальне природокористування	Кліматолікування; бальнеолікування з використанням цілющих мінеральних вод; грязелікування
Рекреаційно-оздоровче природокористування	Купально – пляжна рекреація; прогулянкова рекреація; промислова рекреація, така як мисливство, збирання їстівних, лікувальних та декоративних рослин і тварин
Рекреаційно-спортивне природокористування	водно – спортивна рекреація; гірський туризм, такий як пішохідний, альпінізм, скелелазіння; гірськолижний туризм; спелеотуризм з використанням карстових об'єктів; автотуризм
Рекреаційно-пізнавальне природокористування	Природно – пізнавальний туризм; екологічний (зелений) туризм

Джерело : складено автором за [6]

Також туристичні ресурси поділяють на дві групи: безпосередні і допоміжні туристичні ресурси. Безпосередні туристичні ресурси використовуються самими туристами та відпочивальниками, такі як природні та історико-культурні аспекти місцевості. Допоміжні туристичні ресурси служать для освоєння та експлуатації безпосередніх, включаючи матеріальні, технічні, фінансові та трудові аспекти [27].

За функціональними якостями туристичні ресурси можна поділити на оздоровчі, пізнавальні та спортивні. Природно-естетична цінність території впливає на їхні функціональні якості, а пізнавальні властивості території залежать від наявності природних та соціально-культурних об'єктів.

Н.П. Крачило поділяє весь комплекс туристичних ресурсів на три групи: природні, культурно-історичні та соціально-економічні. Природні ресурси включають клімат, водні джерела, рослинний та тваринний світ. Культурно-історичні ресурси охоплюють музеї, археологічні пам'ятки та фольклор. Соціально-економічні ресурси включають транспортну доступність, економічне географічне положення та інші аспекти [10].

Класифікація туристичних ресурсів, розроблена М. Труасі та П. Дефером, дуже популярна. М. Труасі поділяє туристичні ресурси на три категорії: природні, створені людиною; «додаткові» — це інфраструктура та економічні зручності. П. Дефер розділяє туристичні ресурси на чотири групи, не включаючи об'єкти інфраструктури: гідролі (водні об'єкти), фітолі (природні об'єкти), літолі (архітектурні об'єкти) та антролі (культурні та соціальні аспекти). Природні лікувальні ресурси вважаються рекреаційними ресурсами, які використовуються для лікування та відпочинку населення і є частиною особливо охоронюваних природних об'єктів і територій, що мають специфічні особливості у використанні та охороні. На основі природних лікувальних ресурсів розрізняються лікувально-оздоровчі та курортні зони, де створюються спеціалізовані курорти.

Коли ми розглядаємо створення туристичних ресурсів у їх ідеальному варіанті, до них пред'являються певні вимоги (табл. 1.10).

Таблиця 1.10 – Вимоги до туристичного об'єкту

№ п/п	Вимога
1	Доступність об'єкту (як транспортна, так і фінансова доступність). Крім того, необхідно мати достатню інформацію про цей об'єкт. Недоступність об'єкту суттєво обмежує його потенціал як туристичного ресурсу, навіть якщо він унікальний та має світове значення
2	Комплексність об'єктів має важливе значення. Шанси стати туристичним ресурсом у випадку окремого об'єкта (з деякими винятками) значно менше, ніж у випадку групи цікавих об'єктів. Об'єкти, які розташовані комплексно, можуть привертати туристів і сприяти розвитку території для розвитку туризму.
3	Привабливість для туристів, яка може виявлятися в його красі, екзотичності або унікальності
4	Об'єкт повинен бути безпечним для відвідувачів, і його охороні від вандалізму приділяється велике значення
5	Географічне розташування об'єкту, стан природних ландшафтів та культурне середовище також мають велике значення
6	Походження об'єкта може впливати на його привабливість, і об'єкти природного походження зазвичай привертають більше уваги
7	Деякі об'єкти можуть одночасно виступати як туристичні ресурси і інфраструктурні об'єкти, наприклад, ретро-потяги виступають як об'єкт туристичного інтересу і засіб пересування

Джерело : складено автором за [44]

Туристичні веб-сайти та ресурси мають інформацію про різноманітні аспекти місцевості, включаючи історію, культуру, природу та життя місцевих мешканців, яку отримують туристи під час подорожі або після її завершення. Значимість даних у якості туристичного активу полягає у її оригінальності, унікальності та здатності надавати туристам естетичні, емоційні та асоціативні враження.

Отже, доведено, що природні ресурси та історико-культурні об'єкти мають чимале значення для формування туристичного потенціалу регіону, також, туристичний потенціал працює на туристичну галузь країни при наявності якісної інфраструктури; Розглянуто рекреаційні ресурси, їх типи та можливості використання для розвитку туризму в регіоні.

### 1.3. Методика оцінювання туристичного потенціалу території

При оцінці туристичного потенціалу території потрібно враховувати різноманітні параметри, такі як унікальність об'єктів, доступ до них, щільність їхнього розташування у межах регіону, а також їхня різноманітність, комплексність та фізичний стан.

Незважаючи на труднощі у використанні туристичного потенціалу, важливо визначити його перспективи. Це означає виділення територій, які потребують особливої уваги та інвестицій для їхнього розвитку, а також визначення резервних зон та територій, де розвиток туристичної інфраструктури може бути неефективним.

При складанні методик оцінювання туристичного потенціалу важливо знати, з якою метою даний потенціал оцінюється.

Методика, що призначена для ефективного управління ресурсним потенціалом регіону, важливо розробити і застосувати такі параметри оцінки (табл.1.11).

Методика оцінки розміру та ефективності туристичного потенціалу території. Оцінюються наступні критерії (табл.1.12).

Таблиця 1.11 – Параметри оцінки для ефективного управління ресурсним потенціалом

Критерій оцінки	Характеристика
Кількісна оцінка наявних ресурсів	Необхідно знати кількість та обсяги туристично-рекреаційного потенціалу, щоб оцінити ефект від використання
Аналіз структури потенціалу	Необхідно знати, з чого складається той самий туристично-рекреаційний потенціал
Оцінка можливостей використання цих ресурсів	Необхідно знати можливості та проблеми, з якими можна стикнутися при використанні того чи іншого ресурсу
Систематичний моніторинг стану туристичних та рекреаційних ресурсів та їхнє значення у розвитку туризму території	Може бути досягнуто завдяки впровадженню системи туристичних кадастрів

Джерело : складено автором за [41]

Таблиця 1.12 – Параметри оцінки туристичного потенціалу

Критерій оцінки	Характеристика
Сумарний об'єм туристичного потенціалу	Максимальний обсяг можливостей, якими володіє територія зараз, виражений в єдиному показнику.
Розмір туристичних можливостей.	Показник визначається кількісними і якісними характеристиками наявних ресурсів на території
Індикатор реалізації потенціалу	Відношення між обсягом та рівнем туристичних ресурсів, що визначає, наскільки ефективно використовується потенціал території для туристичної діяльності

Джерело : складено автором за [37]

Туристичний потенціал визначається як кількісними, так і якісними характеристиками. Кількість ресурсів є екстенсивним фактором, який визначається кількістю ресурсів, тоді як їх продуктивність є інтенсивним фактором і відображає якість ресурсів. Чинники, які сприяють відтворенню можливості для туризму на конкретній території, включають ті, що сприяють збільшенню кількості та покращенню якості туристичних ресурсів [15].

Розмір туристичного потенціалу визначає максимальний обсяг туристичних послуг, які необхідно виробити і реалізувати в умовах повного використання наявних ресурсів. Цей показник показує максимальний можливий результат, який можна досягти від туристичного потенціалу. Показник реалізації туристичного потенціалу відображає фактичний рівень використання цих ресурсів і показує, наскільки ефективно вони використовуються. При оцінці туристичного потенціалу території враховується загальна кількість чи активна частина туристичних ресурсів, які представляють кожен компонент туристичного комплексу території та показують, як вони використовуються. Економічні методи можна використовувати для комплексної оцінки туристичного потенціалу [3].

Визначення туристичного потенціалу може включати такі показники, як кількість туристів, які можуть бути розміщені на території без шкоди для навколишнього середовища, наявність історично-культурних об'єктів, забезпечення місцевого населення, якість відпочинку та розвиток інших галузей економіки. Існує досить багато методик для визначення потенціалу. Основна ідея цієї методики полягає в виділенні основних складових туристичного потенціалу, які підлягають оцінці [16].

Основні компоненти, які можна виокремити для оцінки:

– перша група включає такі складові, як природні території та акваторії, природні та історичні музеї, об'єкти культурної спадщини та території з особливим культурно-історичним значенням;

– друга група складається з екотехнологічних засобів транспорту, місць розташування туристів, екологічно чистих продуктів харчування, кваліфікованих гідів, екологічно сприятливих місцевостей, придатності для різних видів турів, допустимого рекреаційного навантаження та об'ємів використання ресурсів [27]. Ця методика дозволяє оцінити різні аспекти туристичного потенціалу територій та визначити їхню привабливість для відвідування та розвитку туризму. Критерії для оцінки природних та

культурних ландшафтів передбачають врахування таких аспектів, як їхнє походження та історія, унікальність, ступінь збереження, привабливість та різноманітні характеристики. Для засобів здійснення турів важливими критеріями є екотехнологічні показники, такі як: витрати палива (енергії), рівень шуму та гігієнічні стандарти безпеки, які оцінюються як щодо людей, так і щодо біотичних компонентів ландшафту в цілому [27].

Ці критерії потрібно оцінювати з урахуванням існуючих нормативів, таких як екологічні стандарти безпеки, допустиме туристичне навантаження та норми використання ресурсів. Деякі компоненти можуть бути оцінені кількісно, але для отримання загальної якісної оцінки всі кількісні показники рекомендується перевести у якісні. Під час виявлення та оцінки туристичного потенціалу будь-якої території слід дотримуватися порівняльного підходу, оцінюючи фіксований набір компонентів потенціалу, використовуючи якісні шкали у формі балів для підсумкової оцінки. У методиці оцінки туристичного потенціалу території можна застосовувати такі критерії (табл. 1.13).

Таблиця 1.13 – Критерії оцінки туристичного потенціалу

Критерій	Приклади
Наявність цікавих артефактів історичного значення.	Монастирі, храми в селах, пам'ятники археології, місця історичних подій і збережені архітектурні центри.
Існування неповторних природних формацій та елементів, що відображають культурність ландшафту	Дворянські садиби, монастирські парки, старі млини та дамби на річках, древні водні шляхи, озера, долини, валуни та джерела
Наявність місць для самостійного відпочинку населення	Тіньовані алеї біля річок, місця для наметових містечок, озерні узбережжя, лісові масиви для збору ягід, лісопарки для прогулянок та річки для сплаву на байдарках
Оцінка можливостей для відпочинку в регіоні	можливі види рекреаційних та туристичних занять; вже активно використовувані об'єкти туризму; перспективи розвитку різних видів туризму (пішохідного, автомобільного, кінного тощо); нові маршрути, які можуть бути запропоновані; перешкоди, що зменшують використання природних та культурно-історичних можливостей території.

Джерело : складено автором за [31]

Для можливості порівняння та певного числового вираження туристичного потенціалу, застосовується бальна методика оцінювання. Такі компоненти туристичного потенціалу, яка здійснюється відносно найбільш масових форм туризму, таких як оздоровчий, пізнавальний, спортивний, діловий тощо. Уявний турист, який перебуває за межами регіону, виступає як об'єкт оцінки. При оцінці території для стаціонарного відпочинку послідовно розглядають такі аспекти, як клімат, рослинність, водні джерела, рельєф території, а також наявність культурних об'єктів. Для кожного із цих аспектів існують свої критерії оцінювання, які можна інтерпретувати у бальний вигляд.

Таблиця 1.14 – Характеристика клімату

Характеристика	Опис характеристики
Оптимальний	Характеризується сприятливими кліматичними умовами тривалістю 9,5-10,5 місяців, включаючи тепле літо та помірно холодну зиму з стійким сніговим покривом або довге спекотне літо та коротку, теплу зиму без стійкого снігового покриву
Прийнятний	Характеризується сприятливими кліматичними умовами тривалістю 7-9 місяців, включаючи спекотне і сухе літо та м'яку зиму зі стійким сніговим покривом
Задовільний	Характеризується сприятливими кліматичними умовами тривалістю 3-6,5 місяців, включаючи прохолодне дощове літо та м'яку зиму з нестійким сніговим покривом або спекотне засушливе літо та сувору зиму
Незадовільний	Характеризується сприятливими кліматичними умовами менше 3 місяців, включаючи спекотне засушливе літо та нестійку зиму з незначним сніговим покривом або його відсутністю
Надзвичайно незадовільний	Характеризується сприятливими кліматичними умовами тривалістю 1-2 місяців, включаючи коротке прохолодне літо та тривалу зиму або спекотне літо та безсніжну зиму

Джерело : складено автором за [18]

У випадку Іспанії, більша її частина має довге спекотне літо і не має стійкого снігового покриву. Стійкий сніговий покрив присутній тільки у гірській місцевості, що і є необхідним для функціонування гірськолижних курортів. Тому, кліматичні умови Іспанії можна визначити, як оптимальні. Іспанія отримує 5 балів. Винятком є гірська місцевість, де оцінка 4 підходить більше (табл.1.14).



Враховуючи те, що Іспанія має три кліматичні зони, кожній з них притаманні свої види лісів. У гірській місцевості це більш хвойні види, у низовинах та поблизу берегів – змішані. Поширеними є тропічні вічнозелені листяні рослини. Проте, рослинність все ж страждає від високих показників температури влітку. Також, можна зустріти і частково заболочені ліси у гірській місцевості, але це більше виняток, зумовлений особливостями рельєфу території. Ці умови є більш прийнятними, ніж оптимальними, тому оцінка 4. Причому, ця оцінка актуальна для усіх кліматичних зон. У даному випадку варто аналізувати окремо морські водні ресурси, окремо гірські та рівнинні річки та озера. Температура морської води навіть у зимовий час може сягати 18-20 градусів у деяких регіонах Іспанії, а літні показники сягають 30 градусів. Тому, для морського відпочинку Іспанія має найсприятливіші умови. Винятками є випадки, коли морська течія приносить холодні водні маси, але це не впливає на загальну картину. Щодо озер та річок, гірські річки є природньо холодними, гірські озера – також зберігають доволі низькі температурні показники. Але, це не вплине на оцінку ресурсу, оскільки, метою подорожей туриста у гірську місцевість в Іспанії є відвідування гірськолижних курортів, прогулянки, оздоровлення, а з метою купання турист відвідує морське узбережжя. Тому, для Іспанії в цілому оцінка 5.

Таблиця 1.15 – Рельєф (нерівності земної поверхні)

Характеристика	Опис характеристики
Найбільш сприятливий	Гірський (до 2000 м над рівнем моря), передгірський, з пересічною формою: пагорбово-грядовий та ерозійно-розчленований
Прийнятний	Сходинково пересічний, з ерозійно-розчленованою структурою
Задовільний	Пагорбовий, мало пересічний
Неприйнятний	Площинно-пагорбовий
Дуже непридатний	Площинний та гірський (терени з важкодоступними місцями)

Джерело : складено автором за [18]



Гірська місцевість на території Іспанії не уся є доступною для туриста, існують регіони, де гори є скелястими, але інфраструктура є настільки розвиненою, що якісний доступ мають практично усі туристичні локації. Гори на території Іспанії є вищими за 2000 м, але це навпаки створює умови для роботи гірськокожних курортів. Також, не в кожному місцевості має бути доступ туриста, оскільки більша частина природи, особливо, у національних парках, має бути недоторканою (табл.1.15). Тому, не дивлячись на дані нюанси, в цілому Іспанія може отримати 5. Підсумковий результат має бути поданий часткою кожної конкретної території в загальних компонентах. Якщо порахувати середній бал по усіх ресурсах, Іспанія отримує 4,75. Але, варто зауважити, що дана оцінка має поверхневий характер. При оцінці варто враховувати лише ті ресурси, які актуальні для даного регіону. Наприклад, не варто оцінювати водні ресурси там, куди турист відправляється за зовсім іншим видом відпочинку. Також, варто враховувати, з якою метою відбувається оцінка та який туристичний потенціал необхідно визначити. Наприклад, якщо оцінка відбувається для оцінки можливостей пляжного туризму, оцінка водойм має значно більше значення, ніж оцінка інших природних ресурсів. Також, за подібною бальною методикою може оцінюватись і інфраструктура регіону.

Отже, визначено основні методики оцінювання туристичного потенціалу, які полягають в оцінці як в математичному вираженні, так і в не математичному. Визначено приблизну оцінку Іспанії за даною системою оцінювання. Визначено, що система оцінювання є доволі поверхневою та для повної оцінки необхідно розглядати кожну туристичну локацію. Встановлено, що для планування розвитку конкретного виду туризму, тим чи іншим критеріям оцінки потрібно надавати різні значення.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

За результатами написання першого розділу сформовано такі висновки та узагальнення.

1. Розглянуто поняття туристичного потенціалу, його складових та чинників, що впливають на його формування. Проаналізовано складові туристичного потенціалу.

2. Доведено, що природні ресурси та історико-культурні об'єкти мають чимале значення для формування туристичного потенціалу регіону, також, туристичний потенціал працює на туристичну галузь країни при наявності якісної інфраструктури; Розглянуто рекреаційні ресурси, їх типи та можливості використання для розвитку туризму в регіоні.

3. Визначено основні методики оцінювання туристичного потенціалу, які полягають в оцінці як в математичному вираженні, так і в не математичному. Визначено приблизну оцінку Іспанії за даною системою оцінювання. Визначено, що система оцінювання є доволі поверхневою та для повної оцінки необхідно розглядати кожну туристичну локацію. Встановлено, що для планування розвитку конкретного виду туризму, тим чи іншим критеріям оцінки потрібно надавати різні значення.

## РОЗДІЛ 2

### ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІСПАНІЇ ЯК ОСНОВА РОЗРОБКИ ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ

#### 2.1. Природно-ресурсні складові туристичного потенціалу

Іспанія – країна у південній частині Європи, що займає більшість Піренейського півострова. Вона має площу близько 504,8 тис. км<sup>2</sup> та населення близько 40,5 мільйонів людей, з яких близько 77% проживають у містах. Маючи вихід до Атлантичного океану, він також омивається Біскайською затокою та Середземним морем. Геотуристична ситуація в країні напрочуд сприятлива. місцевість має доступ до теплих морів та знаходиться недалеко від основних туристичних ринків, де можна насолодитися різноманітними ландшафтами і комфортною погодою, характерними для більш ніж половини території країни. ( Рис.2.1).



Рисунок 2.1 – Співвідношення територій за кліматичною зоною

Джерело : складено автором за [49]

Температура всюди, крім внутрішніх районів, загалом помірна. На північному заході середня температура січня 7 °С, серпня – 21 °С; на східному узбережжі +10°С і +26°С відповідно.

На південному узбережжі звичайна температура серпня +29 °С, але були випадки підняття температури до +46 °С вдень, це зумовлено надходженням африканського повітря; зима м'яка, звичайна температура січня +11 °С.

Більшість курортів країни відкривають купальний сезон з травня і закривають його в жовтні або листопаді, коли температура води перевищує +18°С. При цьому середня температура води на північному узбережжі - не опускається нижче +12°С.

Головним центром природних туристичних ресурсів Іспанії є узбережжя та острови Середземного моря. Узбережжя Середземного моря включає відомі курортні зони та острівну частину, яка включає Майорку, Ібіцу, Гран-Канарію, Тенеріфе (табл.2.1).

Таблиця 2.1 – Основні райони пляжного туризму Іспанії

Назва	Характеристика	Протяжність берегової лінії, км	Найвідоміші центри туризму	Статистика відвідування у 2023 році, млн. чол.
Коста-Брава	Особливістю ландшафтів цієї частини узбережжя є скелі, що спадають у море, і дивовижні піщані пляжі. Це зумовлено виходом до узбережжя гірських масивів, які знаходяться у північній частині Іспанії	153	Паламос, Льорет де Мар, Бланес	0,65
Коста дел Маресме	Найпівденніша частина узбережжя Каталонії	160	Мальгат-де-Мар, Пінеда-де-Мар, Калелья	0,31
Коста-Дорада	Пляжі з м'якого жовтого піску	180	Порт Авентура	1,69
Коста-Азаар		120	Кастельон	0,23

## Продовження таблиці 2.1

Коста Бланка	Один з найпопулярніших регіонів Іспанії для морського відпочинку	160	Ганді, Хавеа, Бенідорм	2,63
Коста-дель-Соль	Ця частина Іспанії відома своїми модними курортними центрами	180	Марбелья	1,28
Канарські острови	Окремий архіпелаг в Атлантичному океані, що знаходиться південніше Піренейського півострова, на одній широті з Марокко. Пляжі з чорним піском вулканічного походження.		Санта-Крус, Пуерто-де-ла-Крус, Тенеріфе; Пуерто-дель-Кармен, Корралехо	1,79
Балеарські острови	Рівноманітне узбережжя, багатий світ птахів. Розвинена галузь розваг та активного відпочинку		Ібіца, Майорка	1,56
«Зелена Іспанія»	Узбережжя Біскайської затоки. Берег Атлантичного океану.	450		Статистика відсутня

Джерело : складено автором за [23, 40]



Рисунок 2.2 – Мапа приморських курортних зон Іспанії

Джерело : [48]

Аналізуючи дані з таблиці 2.2 можна зробити висновок, що найпопулярнішим регіоном для пляжного туризму в Іспанії є Коста Бланка. Це зумовлено порівняно низькими цінами на послуги, у той же час, високим рівнем сервісу і географічним положенням. У той же час, варто зауважити, що регіони, які мають меншу відвідуваність, мають більший економічний ефект, оскільки мають вищу вартість послуг.

В Іспанії також є розвиненим і гірськолижний туризм. Порівняно низькі ціни на послуги цілком дозволяють конкурувати з гірськолижними курортами Альп (табл.2.2).

Таблиця 2.2 – Гірськолижний туризм Іспанії

Курорт	Характеристика	Відвідув., млн. чол. 2023 р.
Саларді, Канданчу, Бекейра-Берет, Ла Моліна	Найкращі курорти в каталонській частині Піренеїв розташовані на найвищих висотах Іспанії.	0,31
Курорти Арагону	Для людей, які віддають перевагу вечірньому катанню на лижах.	0,62
Формігаль	Відомий своїми зонами для вільного катання, які забезпечені страховкою, а також професійними рятувальниками	0,42
Сьєрра-Невада	Розташований у південній частині Іспанії, на березі моря. Він міцно займає позицію найкращого гірськолижного курорту країни.	1,33

Джерело : складено автором за [38, 49]

Гірськолижний сезон продовжується з грудня по березень, але є винятки, наприклад, у Сьєрра-Неваді, лижники можуть користуватися інфраструктурою курорту навіть у квітні [27].

Гірські хребти Іспанії пропонують туристам чудові місця для катання на лижах. У кожному з регіонів є 5-7 станцій гірськолижного відпочинку. Відповідно, є вибір для туриста з будь-якими вподобаннями та гаманцем [2].

На території Іспанії також є велика кількість національних парків, яким було надано статус завдяки абсолютно різним природнім об'єктам.



Національний парк Кабаньєрос розташований у центрі країни, відомий унікальною природньою рівниною з тропічними деревами та фауною, де нараховується понад 250 видів тварин.

Значна кількість національних парків знаходяться поблизу морського узбережжя та гірськолижних курортів. Наприклад, Сьєрра-Невада, про яку вище йшла мова, також є національним парком.

Туристи в Іспанії мають великі можливості для комбінування свого відпочинку. Наприклад, декілька днів своєї відпустки можна провести на берегах моря, а декілька – подорожуючи національними парками, визначними іспанськими містами, можна навіть комбінувати з гірськолижним відпочинком [48]. У випадку з курортом Сьєрра-Невада, спуски знаходяться у безпосередній близькості до середземноморського берега (Рис.2.3).



Рисунок 2.3 – Мапа розміщення найвідоміших національних парків Іспанії

Джерело : [38, 48]

Вказане вище є лише малою часткою того природньо-рекреаційного ресурсу, який є на території Іспанії. Безумовно, Іспанія, як одна з найдавніших

цивілізації Європи, має велику кількість історичних пам'яток, а також, поширене культурне життя. Про це мова піде далі у роботі.

Отже, розглянуто природно-ресурсний потенціал Іспанії. Визначено, що він є різноманітним, що притягує у Іспанію велику кількість туристів і саме різноманіття є основною причиною лідерських позицій Іспанії у світі.

## 2.2. Історико-культурні компоненти туристичного потенціалу

Іспанія має дивовижну культурну спадщину. Фактично кожне міське та багато сільських населених пунктів пишаються унікальними архітектурними об'єктами, музеями, пам'ятниками, святинями. Але найбільша концентрація громадських туристичних ресурсів характерна для великих міст, насамперед Мадрида, Барселони та Валенсії (Рис.2.4).

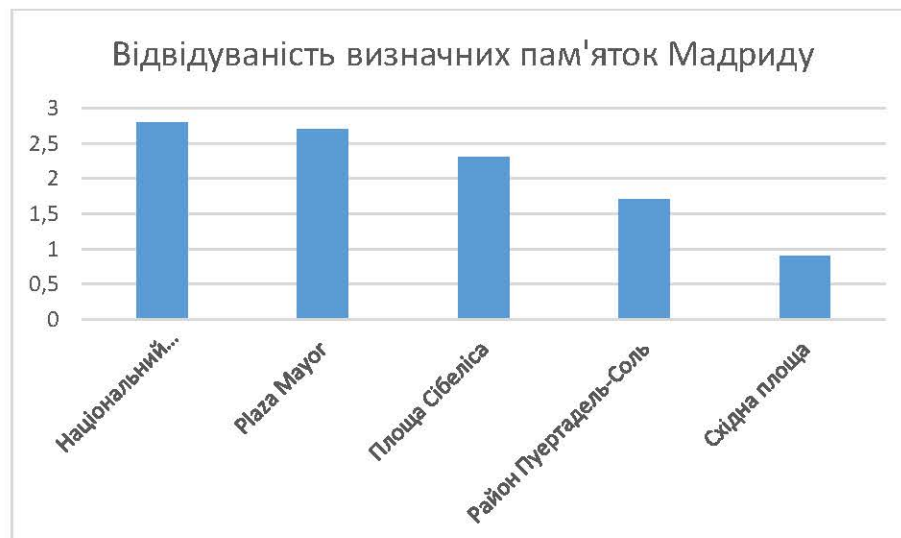


Рисунок 2.4 – Відвідуваність історичних пам'яток Мадриду, млн. чол. в рік.

Джерело : складено автором за [23]

Не дивлячись , що Мадрид є столицею та найбільшим містом Іспанії, він не є лідером з туризму. У цьому місті сконцентровані усі активності, а саме, бізнес, політичне життя, наукова та культурна еліта країни, тому туристична складова економіки міста тут більш, як додаткове джерело надходжень.



Барселона – без сумнівів, найвідоміше серед туристів місто Іспанії. Відоме своїми незвичними архітектурними пам'ятками, прямокутним плануванням міста та багатьма пам'ятками та іншими визначними об'єктами (табл.2.3, рис.2.5).

Таблиця 2.3 – Найвідоміші туристичні локації Барселони

Назва	Характеристика
Готичний квартал Старого міста	Збереглися пам'ятки давньоримської доби, середньовічні будівлі: каплиця св. Люсія, церква Сант-Паудель Камп
Пагорб Манджуїк	Один з найбільших міських парків Європи, на вершині якого збереглася фортеця, де розташований Військовий музей
Пагорб Тібіба	Розташовані пам'ятки архітектури, створені А. Гауді; Валенсія. Місто мистецтв і наук – грандіозний музейно-виставковий комплекс
Будинок гільдії ткачів шовку	
«Іспанське село»	Копії будівель з різних регіонів країни

Джерело : складено автором за [52]

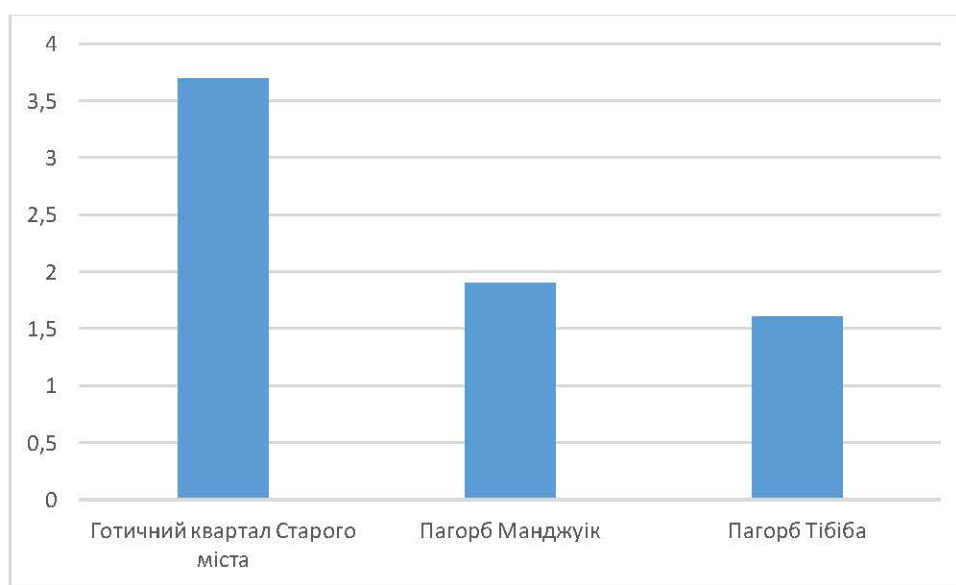


Рисунок 2.5 – Відвідуваність історичних пам'яток Барселони, млн. чол. в рік.

Джерело : складено автором за [52]

Барселона популярна серед туристів знаходженням на березі Середземного моря та близькістю до місць масового відпочинку туристів на Коста-Брава та Коста-Дорада. Дуже багато туристів, відпочиваючи на приморських курортах, купляють денні тури Барселоною. Денні тури у Мадрид – також присутні, але користуються меншою популярністю через відстань добирання, а також, через відсутність моря, адже туристи знаходяться саме на морському відпочинку [42].

Окрім оглядин історичних пам'яток та міст Іспанії, у цій країні дуже розвинений подієвий туризм. Серед ресурсів подієвого туризму зберігає своє значення корида - форма боротьби людей з биками, традиційне іспанське видовище, тепер більш орієнтоване на туристів. Пік популярності кориди вже позаду. Більшість іспанців негативно ставляться до цього кривавого акту.

Іспанська кухня – це своєрідний «туристичний ресурс». Від арабів іспанці успадкували любов до спецій, мигдалю та рису – невід'ємної частини багатьох традиційних страв. Кожен регіон має свої гастрономічні традиції, характерні страви та напої. А меню ресторанів півдня Іспанії не обходиться без овочевого супу гаспачо і pescatos fritas - невеликої смаженої риби, яку їдять з головою і кістками, і калдера - спеціально відвареного рису. Характер кухні центральної частини країни сформувався під впливом суворого клімату, гірської місцевості та важкої праці. Основу такої кухні складають квасоля та інші бобові та різноманітні м'ясні страви [54].

У Іспанії вино є неодмінною складовою культури, особливо в іспанській кухні. Два найвідоміші вина - херес з Андалусії та сангрія з Каталонії - відображають багатство та різноманіття винної традиції різних регіонів Іспанії. Менш відомі, але не гірше цього, валенсійське вино Lamanchu, арагонське вино Satera і мурсійське вино Numilla. Вино та інші алкогольні напої виробляються в 57 округах.

Історичний та культурний ресурс Іспанії є неосяжним за короткий час, тому Іспанія зберігає лідерські позиції з кількості туристів. Для того, щоб

туристична галузь працювала якісно, необхідна якісна туристична інфраструктура країни. Враховуючи, що Іспанія знаходиться у розвиненій Європі, туди абсолютно немає жодних перепон потрапити на відпочинок вихідного дня або навіть нетривалу відпустку з будь-якої точки Європейського союзу. Безвізовий режим та велика мережа авіамаршрутів дає безліч варіантів для перельоту у Мадрид, Барселону, Валенсію, Аліканте та інші міста Іспанії. Також, у європейських країнах досить сильно розвинена залізнична інфраструктура, проте, в Іспанії вона все ж дещо гірша, ніж у Франції або Німеччині.

Отже, розглянуто історико-культурний потенціал Іспанії. Встановлено, що більшість туристів до Іспанії приїжджає з метою відпочинку біля моря, але високі показники має і історико-культурний туризм. Мільйони туристів щороку відвідує Мадрид, Барселону, Толедо та інші історичні міста Іспанії.

### 2.3. Туристично-інфраструктурний потенціал

Об'єкти туристичної інфраструктури Іспанії географічно співпадають з туристично привабливими об'єктами. Також, більшість інфраструктури використовується не лише туристами, але й місцевими жителями.

В останні роки індустрія туризму в Іспанії демонструє високі темпи розвитку, тому сьогодні вона, безумовно, є потужним інструментом в економічному секторі країни. За даними Національного інституту статистики, у 2018 році Іспанію відвідали 82,77 мільйона іноземних туристів, і це число вже можна вважати новим туристичним рекордом. У списку найбільш відвідуваних країн світу вона розташувалася на другому рядку завдяки таким показникам прибуттів. У 2023 році Іспанія прийняла 53 млн. іноземних туристів [23]. Традиційно до Іспанії найчастіше приїжджають туристи з Великої Британії, Франції та Німеччини. Проте останнім часом значно

збільшився потік туристів із таких країн, як США, Китай, Японія, Португалія та Італія. Зрозуміло, що такий потужний ривок розвитку вплинув на основні економічні показники. Причиною цього є зростання рівня життя у країнах Азії, а також, збільшення можливостей для туризму в представників даних країн. На момент 2018 року туризм становив 11,1% ВВП і забезпечує роботу для 13% робочої сили. Така позитивна динаміка є результатом ефективної туристичної політики, спрямованої на маркетингову діяльність із залучення туристів з різних країн. У цьому контексті пріоритетом є нова модель розвитку туризму, яка ґрунтується на інноваціях, диверсифікації пропозицій та сталості та стабільності туризму [32].

Сьогодні іспанські готелі повністю відповідають міжнародним стандартам якості саме завдяки постійному потоку інвестицій, які дозволяють оновлювати та модернізувати існуючу інфраструктуру. Крім того, банківські установи всіляко заохочують іноземних підприємців, пропонуючи пільгові ставки кредитування. Це позитивно впливає на розповсюдження провідних готельних мереж по країні. Загалом, в Іспанії великий вибір розміщення різного типу: розкішні готелі, парадорес, кемпінги, заміські будинки, апартаменти та хостели. Більш того, всі вони навіть поділяються на окремі категорії за характеристиками та рівнем обслуговування. Безсумнівно, найпоширенішим варіантом розміщення залишаються готелі, які класифікуються за системою від однієї до п'яти зірок. Відповідно, ціна номера змінюється в залежності від його комфортності та сезону [21].

Готельні комплекси пропонують широкий спектр послуг для організації ділових зустрічей, а також для людей похилого віку та сімей з дітьми. Успішним кроком у розвитку туристичної індустрії можна вважати цілком виправданий перехід іспанських готелів на відновлювані джерела енергії, які дозволяють істотно заощадити витрати на утримання будівлі. Завдяки цій новині їм вдалося продовжити тривалість власної роботи, і деякі з них тепер можуть дозволити собі працювати цілий рік. Великим попитом користуються

і туристичні кемпінги, яких налічується близько 1100. Ціна і наявність варіюються в залежності від конкретного періоду року. Найчастіше вони зустрічаються в популярних природних зонах країни, хоча зустрічаються і поблизу міст. До другої категорії належать ресторани та магазини господарських товарів. Третя категорія є найменш чисельною серед усіх, хоча вона також добре оснащена та забезпечена стандартним переліком послуг [34].

Комфортабельні бунгало ідеально підходять для сімей і невеликих компаній. Великим плюсом є те, що в більшості кемпінгів допускається розміщення з домашніми тваринами, під час вашого перебування слідкують за обмеженням шуму та повністю пристосовані для людей з обмеженими можливостями. Дешевою альтернативою житлу в Іспанії вважаються хостели. Їхні типові пропозиції – загальні номери з комбінованою ціною ночівлі та сніданку. Завдяки невисокій ціні вони найбільш популярні серед молоді та студентів. Тим більше, що в країні діє мережа молодіжних хостелів, яка налічує понад 250 закладів у основних туристичних зонах (рис.2 6, 2.7).

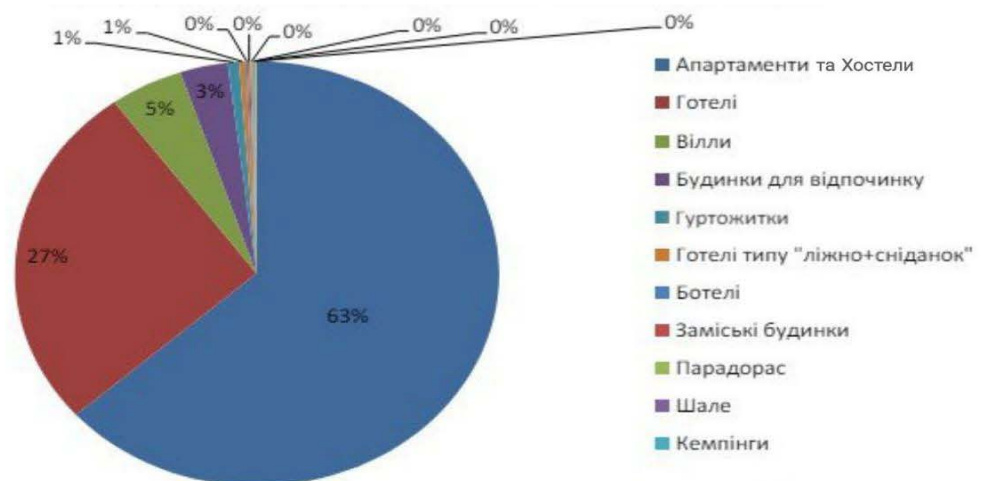


Рисунок 2.6 – Структура готельного господарства Іспанії

Джерело : складено автором за [33]

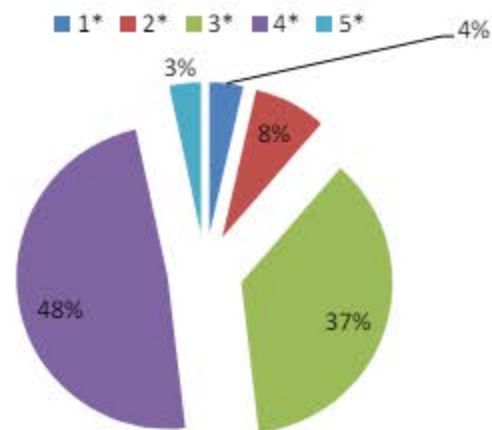


Рисунок 2.7 – Структура зірковості готелів Іспанії

Джерело : складено автором за [33]

На кількість розміщень у готелях впливає популярність того чи іншого регіону. За рис. 2.8 можна побачити, що ситуація з туристами між регіонами Іспанії є доволі збалансованою.



Рисунок 2.8 – Кількість готелів в регіонах Іспанії

Джерело : складено автором за [33]

Модернізація транспорту, особливо авіації, також вплинула на конкурентоспроможність Іспанії. По всій країні 152 аеропорти. Вони активно співпрацюють з провідними міжнародними авіакомпаніями, тому можуть запропонувати рейси у великі міста практично всього світу (Табл.2.4).



Таблиця 2.4 – Найзавантаженіші аеропорти Іспанії

Місто	Аеропорт	Кількість пасажирів, млн.
Мадрид	Мадрид-Барахаса Адольфо Суарес (MAD)	50,6
Барселона	Барселона-Ель-Прат (BCN) імені Хосепа Таррадельяса	41,6
Пальма-де-Майорка	Пальма-де-Майорка (PMI)	28,5
Малага	Малага-Коста-дель-Соль (AGP)	18,4
Аліканте	Аліканте-Ельче (ALC)	13,2

Джерело : складено автором за [23]

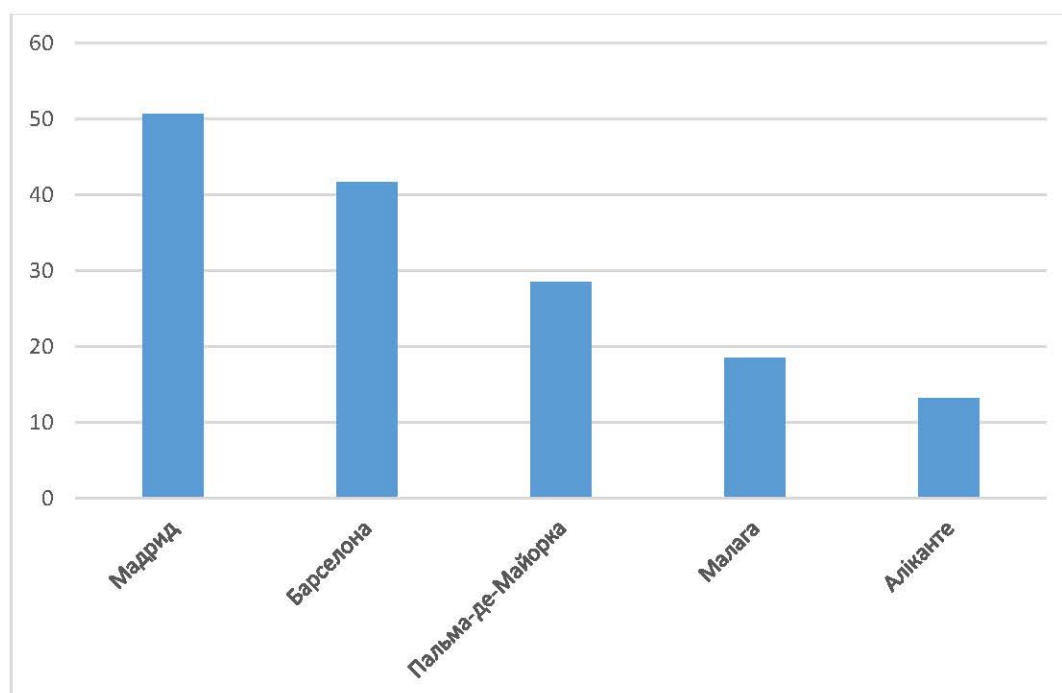


Рисунок 2.9 – Завантаженість основних аеропортів Іспанії

Джерело : складено автором за [23]

Популярність мадридського аеропорту зумовлена не тільки туристичним потоком, а й тим, що це адміністративний та діловий центр Іспанії. За показником аеропорту Барселони можна побачити саме туристичну популярність, оскільки туризм в даному місто переважає над діловими та особистими поїздками(Рис.2.9). Стосовно аеропорту Пальма-де -Майорка, не варто судити, що це лише туристичний потік, оскільки жителі острова досить часто користуються послугами авіаперевізників з метою дістатися

континентальної частини Іспанії. Малага та Аліканте є великими економічними центрами, але, туристичний потік, що спрямований на південь країни в більшості проходить через дані аеропорти [52].

Розвинена мережа автомобільних доріг дозволяє швидко дістатися до будь-якої мети. Користується попитом у туристів і залізничний транспорт. Широка мережа швидкісних поїздів з'єднує основні туристичні напрямки країни. Залізничне сполучення включає поїзди далекого прямування та мережу приміських поїздів, що сполучають сусідні міста. Крім того, є навіть численні подорожі з привабливими тематичними маршрутами, що пролягають через Іспанію.

В результаті гастрономічний туризм став основою іспанського бренду, тому сьогодні приваблює все більше мандрівників з усього світу. На думку експертів, популярність кулінарних турів пояснюється різноманітністю страв, унікальністю деяких продуктів, різноманітністю ресторанних закладів. Крім того, туристи доповнюють гастрономічні маршрути подальшими тематичними заходами, фестивалями, майстер-класами, відвідуванням ринків та шопінгом. Проте, як і будь-яка економічна діяльність, туризм залежить від різних зовнішніх обставин. Другу половину цього року можна назвати періодом іспиту для туристичної галузі Іспанії.

Готельна інфраструктура значним чином постраждала у результаті пандемії Covid-19. Враховуючи повністю провальний 2020 рік та 2021 рік, який був практично без туристів, не усі готелі мали запас міцності для подальшого функціонування. Особливо, це стосується нових готелів, які не встигли окупитися, відкрившись на піку розвитку туризму у 2018-2019 роках. Деяким готельєрам вдалося законсервувати свій бізнес «до кращих часів», але пандемія призвела до падіння однієї з найбільших туристичних інфраструктур світу – мережі Томаса Кука, що саме по собі спричинило кризу [22].

Сьогодні інфраструктура відроджується, оскільки туризм зростає. Також, вплинув і «ефект пружини». Це значить, що велика кількість туристів



одразу поїхали на відпочинок після знаття статусу пандемії та усіх обмежень і заборон.

Отже, встановлено, що більшість туристів, які приїжджають з метою відпочинку біля моря, обирають для свого відпочинку райони, що наближені до міст із значними аеропортами. Це доводить, що інфраструктура є надзвичайно важливою для розвитку туризму в регіоні та в країні в цілому. Встановлено, що потік пасажирів через вузли транспорту та транспортні об'єкти не визначають обсяг туристичного потоку, це пов'язано із діловим значенням великих міст.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

За результатами написання другого розділу сформовано такі висновки та узагальнення:

1. Розглянуто природно-ресурсний потенціал Іспанії. Визначено, що він є різноманітним, що притягує у Іспанію велику кількість туристів і саме різноманіття є основною причиною лідерських позицій Іспанії у світі.

2. Розглянуто історико-культурний потенціал Іспанії. Встановлено, що більшість туристів до Іспанії приїжджає з метою відпочинку біля моря, але високі показники має і історико-культурний туризм. Мільйони туристів щороку відвідує Мадрид, Барселону, Толедо та інші історичні міста Іспанії.

3. Встановлено, що більшість туристів, які приїжджають з метою відпочинку біля моря, обирають для свого відпочинку райони, що наближені до міст із значними аеропортами. Це доводить, що інфраструктура є надзвичайно важливою для розвитку туризму в регіоні та в країні в цілому. Встановлено, що потік пасажирів через вузли транспорту та транспортні об'єкти не визначають обсяг туристичного потоку, це пов'язано із діловим значенням великих міст.

## РОЗДІЛ 3

### ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІСПАНІЇ

#### 3.1. Проблеми розвитку туристичного потенціалу

Досить несподівано перед країною постала низка проблем. Відбулася переорієнтація туристичного потоку, яка виникла через те, що Туреччина, Єгипет і Туніс значно знизили ціни на весь спектр туристичних послуг. Серед них Туреччина є країною-конкурентом, яка охоплює майже 2% туристів, які раніше регулярно приїжджали до Іспанії. Демпінг цін зі сторони мусульманського світу негативно вплинув на туризм в усій Європі, але в Іспанії це особливо відчувається, адже перелічені країни надають послуги саме морського туризму у більшості. Таким чином, це може стати початком розділення туристів за фінансовими можливостями. Іспанія не має можливості виставити на своїй території вартість туристичних послуг, яка властива тій самій Туреччині, оскільки знаходить у європейській системі економіки. Надавати туристичні послуги просто стане не вигідно [36].

Ще однією, не менш важливою, причиною проблем стали заворушення в Каталонії, які вплинули не тільки на кількість прибуттів, але й на туризм у сусідніх регіонах. Через закриття багатьох маршрутів мандрівники на третину скорочують термін перебування в країні. На території Іспанії присутня проблема сепаратистських настроїв в Каталонії. Коли після референдуму про вихід Каталонії зі складу Іспанії більшість підтримала єдність з Іспанією, їх супротивники влаштували ряд заворушень, що в першу чергу відлякує туристів. Центром та столицею Каталонії є Барселона, місто, яке є лідером Іспанії з туристичного потоку [19].

Однак однією з найсерйозніших проблем став занепад туристичної компанії Томаса Кука. Цей колапс породив справжню готельну кризу,

оскільки установи зіткнулися з проблемою фінансової неспроможності. Іспанська конфедерація готелів і туристичного розміщення прогнозує, що приблизно 1,3 мільйона мандрівників осінньо-зимові канікули будуть перервані через закриття рейсів. Близько 500 готелів опинилися під загрозою остаточного закриття. Але найбільше банкрутство туроператора вдарило по Канарських островах, адже тут високий туристичний сезон з жовтня до Великодня.

Оскільки курорт є дуже популярним зимовим напрямком серед туристів з Північної Європи, труднощі, які виникнуть у цій ситуації, можуть призвести до стагнації туристичної галузі. Власники готелів на Майорці також стурбовані їх подальшою роботою, оскільки кількість туристів скорочується рекордними темпами. Очікується, що більшість готелів припинить свою діяльність на Канарських і Балеарських островах. Така ситуація загрожувала зайнятості місцевого населення та економічному майбутньому галузі. Урядові організації вже здійснили ряд заходів, пов'язаних з інвестиціями в туристичну галузь, і виділили 500 мільйонів євро на відновлення інфраструктури [50].

З метою вирішення наявних проблем та збереження лідируючих позицій на ринку доцільно всі подальші заходи та зусилля спрямувати на формування адаптивної туристичної політики та реалізацію національного плану розвитку туризму (табл.3.1).

Таблиця 3.1 – Основні положення та напрямки діяльності уряду

№ п/п	Положення	Ефект
1	Вдосконалення методології та інструментів підтримки індустрії туризму	Це дозволить якісніше взаємодіяти між туризмом та державою з взаємною підтримкою
2	Впровадження інновацій та прискорення цифрової трансформації	Для прикладу, внесення усіх готелів, транспортних шляхів, ресторанів, туристичних локацій в одну електронну базу, яка буде доступна туристам багатьма мовами. Це збільшить відвідування туристами багатьох локацій

## Продовження таблиці 3.1

3	Збереження природної та культурної спадщини, відповідно до концепції сталого розвитку туризму	Утримання порядку на туристичних локаціях, введення ряду обмежень на пересування туристичними локаціями. Наприклад, це стосується цінних природних ресурсів або визначних історичних пам'яток. Також, сюди можна віднести протидію засміченню природних ресурсів та інший негативний антропогенний вплив
4	Проведення ефективних рекламних кампаній і створення модернізованої маркетингової стратегії	У країнах Європи досить поширеною є реклама саме визначних міст та локацій, на відміну від бізнес-реклами, де рекламується окремий готель чи ресторан. Це приваблює туристів у місто і, відповідно, приносить клієнтів туристичному бізнесу
5	Просування Іспанії на міжнародних ринках через співпрацю з регіональними, місцевими органами влади та приватним сектором	Масове інформування потенційних туристів за кордоном – це ряд заходів, завдяки якому в туристів можуть бути прийняті навіть миттєві рішення відвідати. Завдяки розвиненій інфраструктурі Європи, мешканці будь-якої країни можуть навіть у вихідні дні відвідати визначні місця Іспанії
6	Складання планів і програм залучення інвестицій	Розроблення системи мотивації, як для місцевого, так і для закордонного бізнесу, у відкритті об'єктів туристичної інфраструктури на території Іспанії. Перше, чим необхідно мотивувати – це неймовірними можливостями для розвитку та дохідності бізнесу на цій території
7	Удосконалення туристичної інфраструктури та підвищення її технологічних можливостей	Не дивлячись на те, що інфраструктура вже є досить розвиненою, потрібно шукати слабкі місця та здійснювати подальший її розвиток

Джерело : складено автором за [31]

Тому постійна оптимізація та вдосконалення туристичних програм і маркетингових стратегій дозволить ефективно реагувати на будь-які зміни в індустрії туризму. Країна може і вмє створювати спеціалізований туристичний продукт і знає, що люди хочуть отримати під час відпустки. Це дозволить Іспанії й надалі утримувати звання одного з найбільш конкурентоспроможних і популярних туристичних напрямків. Іспанія вже

давно є улюбленим місцем відпочинку для багатьох. Проте з початком пандемії в Європі на кінець березня 2020 року вона була на четвертому місці у світі за кількістю інфікованих Covid-19 і на третьому місці за кількістю померлих. На 2020 рік було підтверджено випадків Covid-19 (рис. 3.1).

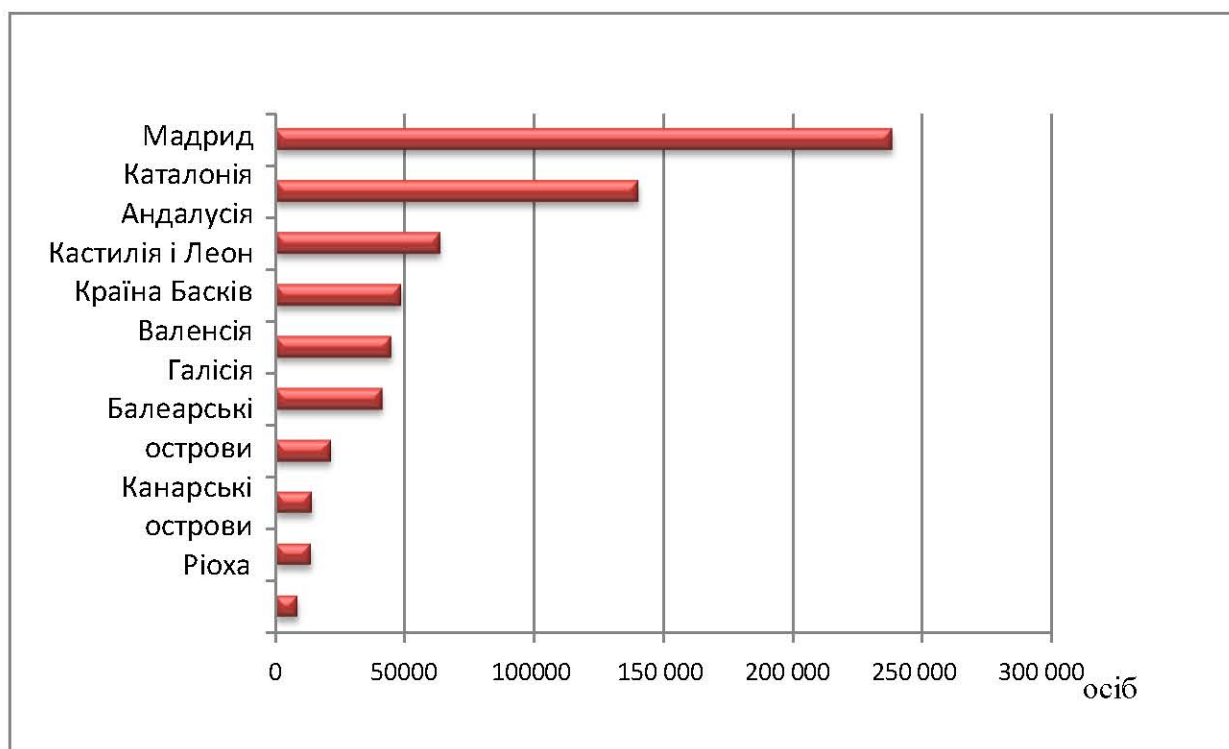


Рисунок 3.1 – Підтверджені випадки Covid-19

Джерело : складено автором за [23]

Рис. 3.2. зображені міста, які очолюють антирейтинг, Влада Іспанії почала вживати заходів для запобігання поширенню вірусу. У результаті туристична активність почала досить швидко падати, і вже 23 березня 2020 року робота однієї з найважливіших галузей країни впала на 98%.

Пандемія Covid-19 підкосила туристичний бізнес в усьому світі, оскільки більшість країн закрили кордони на в'їзд, деякі не закривали повністю, проте, в'їзд був можливий лише за наявності актуального негативного тесту на Covid-19.

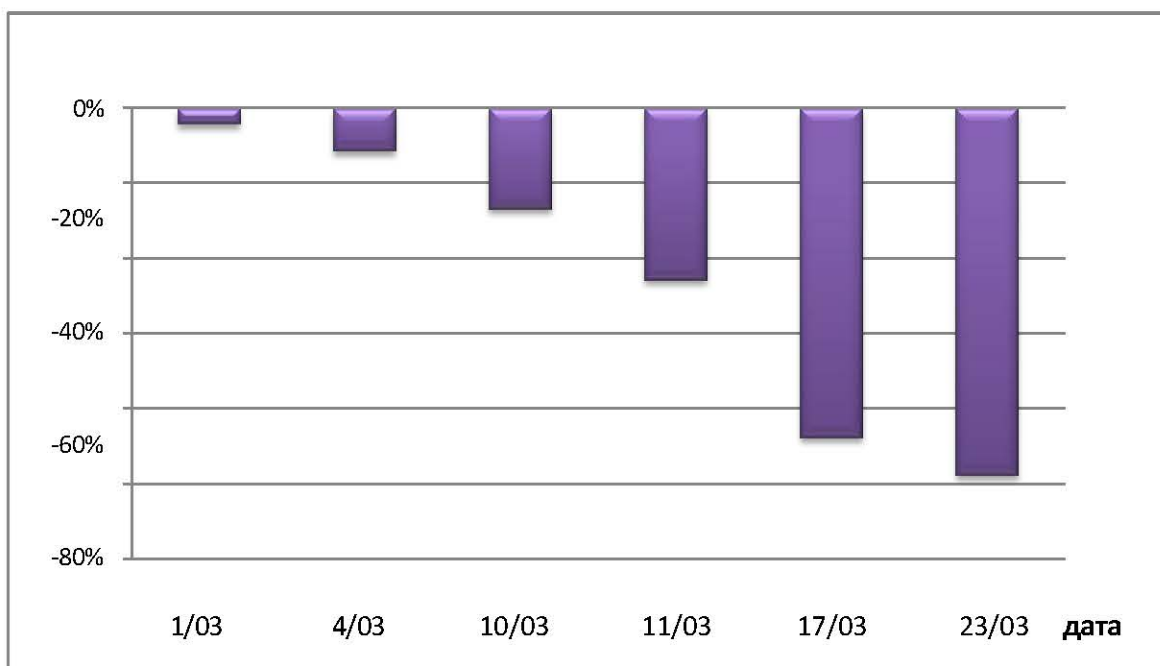


Рисунок 3.2 – Падіння туристичної активності через Covid-19

Джерело : складено автором за [23]

Варто зазначити, що проблемою для туризму може стати сам потік туристів, як би парадоксально це не звучало. Справа в тому, що останнім часом поширилась тенденція відмови туристів від відвідування визначних пам'яток по причині великої кількості туристів там. Для того, щоб дану проблему усунути або мінімізувати, необхідно покращувати стан та розвиток туристичної інфраструктури країни. До різновиду даної проблеми можна віднести і переповненість готелів на певних напрямках.

Також, важливою є проблема негативного впливу туристів на природу, оскільки відвідування ними національних парків не несе користі для природи. Негативний вплив чиниться і на пляжі та стан моря у прибережних зонах. Це проблематика, яку на сьогодні потрібно вирішувати на світовому рівні, оскільки існує вона практично в усіх країнах, в яких є природно-заповідний фонд та морські узбережжя.

Таким чином, варто виділити наступні проблеми туризму в Іспанії та його розвитку:

– вразливість внаслідок світових криз, пандемій та інших глобальних



негативних явищ;

- залежність від туроператорів-монополістів, стан яких може вплинути на стан усієї галузі;

- екологічна шкода від великої кількості туристів. Загальне зростання навантаження від туристів на природу;

- збільшення навантаження від туристів на міську інфраструктуру найбільших міст країни;

- демпінг цін зі сторони країн-«конкурентів». Сьогодні значним чином зростає рівень сервісу в Туреччині, Кіпрі, Чорногорії, Єгипті та інших країнах, що не входять до Європейського союзу, проте, мають безвізовий режим з європейськими країнами.

Отже, встановлено, що туристичний ринок Іспанії є вразливим до світових кризових явищ, але може швидко відновлюватись після проходження даних криз. Яскравим прикладом є криза, яка виникла при Covid-19, коли туристична галузь практично припинила свою роботу, але відновила попередні обороти досить швидко.

### 3.2. Перспективи розвитку туристичного потенціалу Іспанії

На думку експертів, перспективи розвитку туристичної галузі в сучасних умовах неоднозначні. На 2021 рік у представників туристичного бізнесу було мало надій, майже всі туристичні компанії визнавали, що весняно-літній сезон вже втрачено. У подальших роках ситуація з туристичним потоком в Європі налагоджується [22]. Призупинення туристичного сектору на роки пандемії дозволило урядам світу поглянути на речі, які вже були встановлені, під новим кутом зору. Економічна криза актуалізувала необхідність переосмислення структури економіки туристичного сектору з метою підвищення конкурентоспроможності (табл.3.2).

Таблиця 3.2 – Міри з підвищення конкурентоспроможності

Міра	Пояснення
Створювати нові шляхи виходу на ринок	Застарілість старих шляхів на сьогодні може призвести до не витримування конкуренції
Покращення каналів збуту	За рахунок співпраці з іноземними партнерами та туристичними підприємствами
Знайти нові шляхи запозичення капіталу під нижчі відсотки	У тому числі, за рахунок внутрішнього туризму
Розробити програми лояльності для підприємств	У тому числі, при виникненні кризових явищ
Знайти нові додаткові послуги у сфері кожного виду туризму	Поеднання туризму зі сферою послуг. Особливо, за допомогою зниження цін відносно інших країн.
Збільшення кількості підприємств у сфері туризму	Приведе до створення нових місць роботи та появи значних фінансових потоків
Підвищення якості сфери послуг	Дозволить туристам залишатися задоволеними та повертатися на наступну відпустку

Джерело : складено автором за [29]

Іспанія потребує нової економічної стратегії, яка забезпечить стійке бізнес-середовище. Пандемія показала, що іспанська економіка не була готова до таких випробувань, і уряд досі не розробив конкретний план відновлення туризму через страх нових варіантів вірусу. Використання технологій для аналізу потреб і тенденцій туристів стане ключовим для успішного відновлення туристичних напрямків та підприємств [27].

А криза стала унікальною можливістю переглянути взаємодію між туризмом і природою, спрямувавши її на шлях сталого розвитку. Розвиток туризму в регіонах з врахуванням сталості має великі переваги, включаючи зменшення вразливості перед економічними ризиками, створення зелених робочих місць та покращення транспортної інфраструктури.

Безумовно, нові санітарні вимоги збільшують витрати на діяльність підприємства, але в умовах, що склалися, ці ж підприємства вкрай потребують хоч якихось прибутків. Проведення заходів щодо підвищення кваліфікації працівників, взаємодія з навчальними закладами, що спеціалізуються у сфері туризму та гостинності, співпраця підприємств медичного туризму з



державними програмами дасть змогу відновити позитивний туристичний імідж країни.

Таким чином, туризм в Іспанії є прибутковою та високоприбутковою галуззю, яка значно впливає на економіку країни. У сучасних умовах завдяки туризму змінилися пріоритети в багатьох сферах економіки, підвищився рівень життя населення. Щоб детальніше ознайомитися з перспективами розвитку цієї галузі, розглянемо таблицю 3.3.

Таблиця 3.3 – Перспективи туризму Іспанії

№ п/п	Перспектива
1	Збільшення потоку туристів завдяки покращенню інфраструктури, авіасполучення
2	Збільшення потоку туристів через зростання цін в інших країнах Європейського союзу за умов збереження цінової політики Іспанії
3	Збільшення потоку туристів через зростання цін в інших країнах Європейського союзу за умов збереження цінової політики Іспанії
4	Посилення контролю за збереженням екології та природних ресурсів, оскільки у Європі на сьогодні ставляться до цього найвідповідальніше у світі

Джерело: складено автором

На основі дослідження, надаємо наступні поради:

– дотримуватись принципу «золотої середини» у формуванні туристичного ринку. Регулювати це в більшості ціновим фактором. Не втрачати економічних показників, але не допускаючи приїзду критичної маси туристів, при якій країна може зазнати шкоди, яка буде оцінена досить дорого, у тому числі, економічно;

– диверсифікація туризму (як галузева, так і географічна). Необхідно сприяти розвитку курортів та визначних місць, що знаходяться сьогодні на непопулярних для туриста територіях. Робити це потрібно для того, щоб розосередити туристів по території. Розвивати морські узбережжя, які сьогодні не мають такої популярності, як, наприклад, Коста Бланка. Розвивати

гірськолижні курорти та національні парки, оскільки вони не мають такої популярності, як морський відпочинок;

– вдосконалювати маркетингові стратегії, які покажуть, чим може зацікавити Іспанія на міжнародному ринку туризму.

Отже, встановлено перспективи розвитку туризму в Іспанії та надано пропозиції щодо розвитку туризму в даній країні. Дані перспективи є реалістичними, але вони не враховують виникнення можливих кризових явищ та непередбачуваної поведінки туристичного ринку.

### 3.3. Розробка маршруту, атракцій та бюджету туру Іспанією

Розробка туру передбачає кілька кроків: вибір місць, які варто відвідати, їх упорядкування за важливістю, визначення початкової та кінцевої точок подорожі, а потім створення та оптимізація маршруту, який зручно проходить через ці місця. Маршрутна діаграма та програмне забезпечення тісно взаємопов'язані між собою паралельними процесами. Розрахунок вартості туру здійснюється на підставі проведених організаційно-технічних заходів щодо пошуку партнерів та укладених з ними договорів. Розглянемо етапи формування (табл.3.4)

Таблиця 3.4 – Етапи формування туристичного маршруту

Етап	Характеристика
I	Вибір точок маршруту. Важливо для себе розуміти цілі маршруту та обрати найбільш привабливі точки на основі дослідження
II	Ієрархізація точок маршруту реалізується за вищезазначеними критеріями, при цьому, враховуючи рівень гостинності, доступність локацій для туриста
III	Вибір початкової та кінцевої точок маршруту. Обирається за принципом транспортної доступності та зручності для туристів
IV	Створення плану подорожі. Схема повинна мати графічний вигляд, як у лінійному вигляді, так і у круговому або у вигляді мапи. Схема повинна бути максимально інтуїтивно зрозумілою для користувача.

Джерело : складено автором за [32]

Вибір оптимальної маршрутної схеми залежить від різних чинників, таких як форма транспортної мережі, якість транспортних засобів, рівень розвитку інфраструктури та безпека перевезень (додаток Б).

Причиною рішення обрати тур містами Іспанії ще є той факт, що на сьогодні туристична галузь України знаходиться у занепаді через законодавчі обмеження на виїзд за кордон, спричинені воєнним станом. Найбільш логічно обрати варіант, який буде максимально популярним та може бути розрахований на представників різних соціальних груп. У той же час, варто обирати найбюджетніший варіант, оскільки в багатьох українців сьогодні обмежені фінансові можливості.

Тур розроблятиметься з міста Києва та розрахован до 20 людей. Враховуючи нинішню ситуацію в Україні, виліт в Іспанію відбуватиметься з Варшави. Тур буде розрахований на жінок, дітей та чоловіків, що мають право на виїзд за межі України під час воєнного стану. На сьогодні цивільні авіаперельоти з України не здійснюються, проте, є можливість виїзду за кордон за допомогою залізничного та автомобільного транспорту.

Для підсилення маркетингового впливу, розробляється паспорт туристичного маршруту – це опис локацій, які будуть відвідані. Дана інформація розміщується на сайті туристичного агентства, а також, використовується у рекламних матеріалах до туру.

Паспорт туристсько-екскурсійного маршруту ( додаток А).

Усі об'єкти на маршруті мають бути логічно підібраними, а також, туристи мають бути мотивовані до їх відвідування, тому, складається опис кожної локації, яка буде на шляху туру (табл.3.5). Цей маршрут містами Іспанії створений з метою ознайомлення з культурою цієї країни та відвідування основних визначних пам'яток.

Таблиця 3.5 – Характеристика об'єктів туристичного показу на маршруті

Назва	Опис	Фото
«Іспанське село»	Верхня частина Барселони має музей на відкритому повітрі, а також кілька закладів харчування та театр фламенко. Усі вони органічно вписуються в настрій села. Потрапляючи сюди, відчуваєш, що поринаєш в історію, відчуваєш себе частиною маленького, але справжнього життя, затишного та привітного.	
Парк Гуель	Парк, що був створений Антоніо Гауді на початку двадцятого століття. Окрім виду на місто з парку, він став популярною пам'яткою завдяки роботі Гауді, створивши зони парку, спроектовані як громадські зони. Парк представляє собою комбінацію садів і житлових кварталів.	
Готичний квартал	Найдавніша частина Барселони, старовинне місто. Давніше тут існувало римське поселення Барсіна, звідки розпочалася історія Барселони. Зараз Готичний квартал є найбільш відвідуваним районом міста серед гостей.	
Гора Монжуїк	З незапам'ятних часів і до наших днів гора Монжуїк стала одним з найбільш відвідуваних місць Барселони. Сьогодні на горі Монжуїк розташований найважливіший музейний центр Каталонії. Міцність гори Монжуїк служить своєрідним символом Барселони. Воно розташоване на висоті 200 м над рівнем моря. Біля підніжжя фортеці є оглядовий майданчик, звідки відкривається чудовий панорамний вид на Барселону та її порт.	
Гірський монастир "Монсеррат"	Найбільш важливий храм Каталонії та символ її патріотизму, центр паломництва вірян і відома архітектурна спадщина, що приваблює величезну кількість туристів із усього світу. Розташований у самому серці найвідомішого гірського масиву Каталонії, монастир Монсеррат оточений незвичайним скелястим ландшафтом, який вражає хитромудрими обрисами гір.	



## Продовження таблиці 3.5

Plaza Mayor	Іспанські поети нагороджували її різними епітетами - народною, благородною, величною, суворою, королівською. Бари та ресторани відкриті цілодобово на Plas Mayor. Вуличні артисти розважають проходжих, митецька творчість пропонується художниками, торговці приваблюють туристів продукцією ремесла, а щонеділі тут торгують поштовими марками, медалями та монетами.	
Королівський палац в Мадриді	Найкращий музей країни та найрозкішніший палац Європи все ще працює, але сім'я короля Іспанії живе в іншому місці, віддавши перевагу більш скромним квартирам. З іншого боку, саме тут король Іспанії Хуан Карлос проводить офіційні прийоми на найвищому рівні, коли прибувають глави держав. Крім того, як заведено, король отримує вірчі грамоти від нових послів, які отримали акредитацію в Іспанії.	
Музей Прадо	Музей є одним із найвеличніших та найвагоміших закладів мистецтва візуального мистецтва Європи. Зараз колекція живопису музею нараховує понад 8600 полотен. Сюди намагаються потрапити туристи з усього світу.	
Церква Св. Томмі і собор	Кафедральний собор є одним з основних католицьких святинь Іспанії, де проживає єпископ Толедо. Цей храм вважається одним з найвищих будівель у місті. У 1986 році він був відзначений як об'єкт історичної спадщини та включений до списку ЮНЕСКО.	

Джерело : складено автором за [24, 26, 34, 35]

Щоб скласти маршрут, який був би цікавим для туристів, було вивчено туристично-рекреаційні ресурси Іспанії: пам'ятки, традиції, інфраструктуру країни, природно-кліматичні особливості країни. Під час завершення проекту

було розроблено маршрут подорожі по іспанських містах: столиця країни – Мадрид, найбільше місто – Барселона, і колишня столиця – Толедо, з оглядом на їхні основні культурні об'єкти. Тривалість цієї подорожі – 8 днів і 7 ночей. Згідно з розрахунками, вартість туру на одну людину становить 635 євро (приблизно 25 400 грн), включаючи авіапереліт, проживання в готелях, екскурсії, що входять в тур. Докладний розрахунок вартості наводиться у таблиці 3.6. У вартість закладено переїзди з Києва до Варшави та між іспанськими містами, авіапереліт між Варшавою та Барселоною, проживання у двох готелях, а також, усі базові екскурсії.

Таблиця 3.6 – Розрахунок вартості маршруту

№	Найменування витрати	Вартість, євро	Знижка на груповий тур
1	Проїзд поїздом Київ-Варшава	28	
2	Авіапереліт Варшава-Барселона-Варшава	45	
3	Проживання в готелі у Барселоні, 2 ночі	70	5
4	Вхід в музей «Іспанське село»	25	5
5	Оглядова екскурсія Барселоною	35	
6	Екскурсія в Монсеррат	50	10
7	Проїзд поїздом Барселона-Мадрид-Барселона	45	
8	Пішохідна екскурсія історичним центром Мадрида	40	5
9	Оглядова екскурсія Мадридом	35	5
10	Екскурсія в Толедо	50	5
11	Проживання у Мадриді, 4 ночівлі	140	
12	Податки та туристичні збори	30	
	Собівартість туру	593	35
	Кінцева собівартість	558	
	Націнка від туристичного агентства	76	
	Кінцева вартість	634	

Джерело : складено автором

При організації туру важливо враховувати побажання та вподобання туристів та зробити можливість не відвідувати деякі основні екскурсії, що дасть можливість здешевити продукт. Враховуючи, що усі розрахунки в Іспанії відбуваються в Євро, рахуватися кінцева вартість буде саме у цій валюті. Також, здешевити маршрут може обрання інших локацій та пониження класу готелів для групи, але розмаїття побаченого та комфортність у подібних турах відіграють велике значення.

Отже, розроблено туристичний маршрут «Діаманти Іспанії» Мадридом, Толедо та Барселоною для туриста з України. У маршруті шлях туриста пролягає основними туристичними історичними об'єктами трьох міст з величезною історією.

### ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

За результатами написання третього розділу сформовано такі висновки та узагальнення.

1. Встановлено, що туристичний ринок Іспанії є вразливим до світових кризових явищ, але може швидко відновлюватись після проходження даних криз. Яскравим прикладом є криза, яка виникла при Covid-19, коли туристична галузь практично припинила свою роботу, але відновила попередні обороти досить швидко.

2. Встановлено перспективи розвитку туризму в Іспанії та надано пропозиції щодо розвитку туризму в даній країні. Дані перспективи є реалістичними, але вони не враховують виникнення можливих кризових явищ та непередбачуваної поведінки туристичного ринку.

3. Розроблено туристичний маршрут «Діаманти Іспанії» Мадридом, Толедо та Барселоною для туриста з України. У маршруті шлях туриста пролягає основними туристичними історичними об'єктами трьох міст з величезною історією.

## ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи всі завдання були вирішені та мета була досягнута. Дослідження дозволило зробити такі висновки та узагальнення:

1. Розглянуто поняття туристичного потенціалу, його складових та чинників, що впливають на його формування. Проаналізовано складові туристичного потенціалу.

2. Доведено, що природні ресурси та історико-культурні об'єкти мають чимале значення для формування туристичного потенціалу регіону, також, туристичний потенціал працює на туристичну галузь країни при наявності якісної інфраструктури; Розглянуто рекреаційні ресурси, їх типи та можливості використання для розвитку туризму в регіоні.

3. Визначено основні методики оцінювання туристичного потенціалу, які полягають в оцінці як в математичному вираженні, так і в не математичному. Визначено приблизну оцінку Іспанії за даною системою оцінювання. Визначено, що система оцінювання є доволі поверхневою та для повної оцінки необхідно розглядати кожну туристичну локацію. Встановлено, що для планування розвитку конкретного виду туризму, тим чи іншим критеріям оцінки потрібно надавати різні значення.

4. Розглянуто природно-ресурсний потенціал Іспанії. Визначено, що він є різноманітним, що притягує у Іспанію велику кількість туристів і саме різноманіття є основною причиною лідерських позицій Іспанії у світі. Визначено, що Іспанія має унікальне географічне положення, яке зумовлене оточенням Середземним морем та Атлантичним океаном. Велика берегова лінія Середземного моря дає можливості для розвитку одного з найбільших туристичних ринків пляжного туризму в Європі. Визначено, що Іспанія має три кліматичні зони, які утворюються Середземним морем, Атлантичним океаном, а також, гірськими масивами у північній та південній частинах



країни. Завдяки цього Іспанія не обмежується морським відпочинком, але й має чималі можливості для розвитку гірськолижного туризму. Виявлено, що туристи в Іспанії як правило купують комплексні тури, з морським відпочинком та екскурсіями, для того, щоб різноманітно провести відпустку. Для цього працює мережа місцевих туристичних компаній.

5. Розглянуто історико-культурний потенціал Іспанії. Встановлено, що більшість туристів до Іспанії приїжджає з метою відпочинку біля моря, але високі показники має і історико-культурний туризм. Мільйони туристів щороку відвідує Мадрид, Барселону, Толедо та інші історичні міста Іспанії. Дана країна має більш, як тисячолітню історію, за рахунок чого на її території зберіглося чимало історичних та культурних пам'яток та інших об'єктів, які можуть бути привабливими для туриста.

6. Виявлено, що в сфері туризму Іспанії існує багато проблем, основні з них були створені пандемією Covid-19 у 2020-2021 роках. Через це у 2020 році туристичний бізнес зупинив роботу, у 2021 році – працював із значними обмеженнями.

7. Встановлено перспективи розвитку туризму в Іспанії та надано пропозиції щодо розвитку туризму в даній країні. Дані перспективи є реалістичними, але вони не враховують виникнення можливих кризових явищ та непередбачуваної поведінки туристичного ринку.

8. Побудовано туристичний маршрут з Києва для відвідування Барселони та Мадриду. Маршрут розрахований на 7 днів перебування в Іспанії, що дозволить туристам без поспіху ознайомитись з двома найвеличнішими містами країни. Враховуючи воєнний стан в Україні, виліт заплановано з Варшави, а поїздка буде розрахована на жінок та дітей, а також, чоловіків, що мають право на виїзд.

Дослідження, яке проведене у даній роботі, можна продовжити, детально розглянувши одне з визначних міст Іспанії. Наприклад, Барселону, із розробкою місцевого маршруту для українців.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України : Методологія та методика аналізу, термінологія, районування : монографія. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2018. 395 с.
2. Гірськолижні курорти Іспанії. URL: <https://seetheworld.top/hirskolyzhni-kurorty-ispanii/>
3. Дахно І. І. Країни світу: Енциклопедичний довідник К.: Мапа, 2004. 608 с.
4. Доповідь про стан людського розвитку за 2019 рік. Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН), Нью-Йорк, США, 2019. 40 с.
5. Дубович І. А. Країнознавчий словник-довідник. Львів: Ліга-прес, 2005. 819 с.
6. Іванова М.В., Сазонкіна Л. В. Туристське країнознавство. Південна Європа. 2019. 378 с.
7. Інформаційний ресурс з описом всіх Е-стежок. URL: <https://www.traildino.com/>
8. Комліченко О.О. Фактори розвитку туристичної галузі. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. № 8. С. 75–79.
9. Кравчук І. Державне регулювання розвитку туризму: зарубіжний досвід та перспективи впровадження. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2008. Вип. 24. С. 134–141.
10. Організація туризму: підручник / І.М. Писаревський, С.О. Погасій, М.М. Покоłodна та ін.; за ред. І.М. Писаревського. Х.: ХНАМГ, 2008. 541 с.
11. Кузнецова Н.М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства. ФПУ інститут туризму. К.: 1997. 176 с.
12. Кусков А. С. Курортологія та оздоровчий туризм. К : 2008. 250 с.

13. Кушнірук Г.В. Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди. Збірник матер. міжнародної наук.-практ. конф. (Київ, 7 квітня 2016 року). К.: КНТЕУ. С. 45–47.
14. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг: К. : Альтерпрес, 2002. 232 с.
15. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Зацько Ю. С., Ганич Н. М. Країнознавство: теорія та практика. Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2012. 528 с.
16. Мамраєва Д. Г., Ташенова Л. В. Методичний інструментарій оцінки туристично-рекреаційного потенціалу регіону. *Економіка регіону*. 2020. Т. 16. № 1. С. 127–140.
17. Масляк П. О. Країнознавство: Підручник. К.: Знання, 2008. 292 с.
18. Об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО URL: <http://whc.unesco.org/en/list>
19. Офіційна статистика Каталонії URL: <http://www.idescat.cat/economia/inec?tc=3&id=0337&lang=en>
20. Офіційний сайт Всесвітньої організації UNWTO. URL: [www2.unwto.org](http://www2.unwto.org)
21. Офіційний сайт Державної готельної мережі Paradores de Turismo de España. URL: [www.parador.es](http://www.parador.es)
22. Офіційний сайт Інституту національної статистики Іспанії. URL: [www.ine.es/jaxi/tabla.do](http://www.ine.es/jaxi/tabla.do)
23. Офіційний сайт Міністерства економіки та фінансів Іспанії. URL: [www.mineco.gob.es](http://www.mineco.gob.es)
24. Офіційний сайт Міністерства промисловості, енергетики та туризму Іспанії. URL: [www.minetur.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx](http://www.minetur.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx)
25. Офіційний сайт Міністерства сільського господарства і довкілля Іспанії. URL: <https://www.miteco.gob.es/es/biodiversidad>
26. Офіційний сайт Світового банку. URL: [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

27. Паньків Н.М. Туристичне ресурсознавство: навч. посіб. Львів: Український бестселер, 2011. 238 с.
28. Міжнародні економічні відносини : підручник / А. І. Крисоватий, Р. Є. Зварич, О. М. Сохацька [та ін.] ; за заг. ред. А. І. Крисоватого, Р. Є. Зварича. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 662 с.
29. Піший туризм в Європі: сайт Європейської асоціації пішохідного туризму URL: <http://www.era-ewv-ferp.com/walking-in-europe/>.
30. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 2004. № 13. С. 180.
31. Романенко О.В. Системи гостинності в туризмі. *Науковий часопис НПУ імені М.П.Драгоманова*. Серія №4. 2009. Вип. 10 (20). С.85–89.
32. Світовий банк даних за профілем країн: Spain – International tourism receipts // Кноема. URL: <https://knoema.com/atlas/Spain/Tourism-receipts>
33. Сенишин О. С. Державне регулювання економіки : навч. посібник / О. С. Сенишин, М. О. Горинь, О. О. Кундицький. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2014. 334 с.
34. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу : навчальний посібник. Ніжин : Видавництво Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя, 2010. 336 с.
35. Статистичний ресурс Світового банку за профілем Іспанії URL: [https://databank.worldbank.org/views/reports/reportwidget.aspx?Report\\_Name=CountryProfile&Id=b450fd57&tbar=y&dd=y&inf=n&zm=n&country=ESP](https://databank.worldbank.org/views/reports/reportwidget.aspx?Report_Name=CountryProfile&Id=b450fd57&tbar=y&dd=y&inf=n&zm=n&country=ESP)
36. Статистичний щорічник Європейських регіонів. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistical-atlas/gis>
37. Стафійчук В. І. Характеристика курортних районів Іспанії. *Географія та туризм*. 2010. Вип. 8. С. 69–73.
38. Туризм у Європі. Європейська комісія: Eurostat L 6. XXIV, 2021 URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
39. Фіона Данлоп The National Geographic Traveler. Іспанія, 2005.

40. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія. К. : Центр навч. літератури, 2007. 312 с.
41. Франжіаллі Ф. Тенденції розвитку міжнародного туризму. К, 2002. 68 с.
42. Юхновська Ю. О. Методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу України та регіонів. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія : Економіка і управління. 2019. Т. 30(69), № 4(2). С. 54-59.
43. Юхновська Ю. О. Теоретичні підходи до визначення сутності туристичного потенціалу регіону. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія : Економіка і управління. 2019. № 1. Т. 30 (69). С. 42-46.
44. A Practical Guide to Tourism Destination Management URL: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284412433>.
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.
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. URL : <http://hospitality-on.com/les-dossiers/ dossier-du-mois/bilanhotelier-mondial-2015>.
48. Spain. Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition URL: [http://reports.weforum.org/pdf/ttci-019/WEF\\_TTCI\\_2019\\_Profile\\_ESP.pdf](http://reports.weforum.org/pdf/ttci-019/WEF_TTCI_2019_Profile_ESP.pdf)
49. Spain: // The World Factbook. Washington, D.C. : Central Intelligence Agency URL: [https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/print\\_sp.html](https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/print_sp.html)
50. Sustainable tourism strategy of Spain 2030. URL: <https://turismo.gob.es/en-us/estrategia-turismo-sostenible/paginas/index.aspx>

51. The Balearic Islands increased tourist spending in 2022 URL: <https://mallorcaglobalmag.es/en/the-balearic-islands-increased-tourist-spending-in-2022/>

52. The Travel & Tourism Competitiveness Report. World Economic Forum, 2017. 519 p.

53. Tripadvisor - міжнародна платформа для подорожей. URL: [www.tripadvisor.es](http://www.tripadvisor.es)

54. UNWTO Global Conference on Wine Tourism in Spain URL : <https://www.unwto.org/news/unwto-global-conference-on-wine-tourism-in-la-rioja-forging-the-future-of-sustainable-wine-tourism>

55. UNWTO World Tourism Barometer. Advance Release, Volume 15, December, 2017 URL: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom17\\_06\\_december\\_excerpt\\_.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom17_06_december_excerpt_.pdf)

56. WTO World tourism barometer. Madrid, 2004. Vol. 2, №1. 23 p.

## ДОДАТКИ

## ДОДАТОК А

## ПРОГРАМА МАРШРУТУ

## 1 день

- Проїзд поїздом з Києва до Варшави;
- 15:30 Виліт з Варшави в Барселону;
- 17:00 Прибуття в Барселону;
- Груповий трансфер в готель;
- О 19:00 Вечеря-знайомство в музеї під відкритим небом «Іспанське село», шоу Чарівного фонтану (зустріч на площі Іспанії біля готелю «Плаза»).
- Ночівля.

## 2 день

- Сніданок.
- Екскурсія по Барселоні з оглядом парку Гуель, району Ешампле та архітектурних шедеврів Антоніо Гауді, храму Святого Сімейства, гори Монжуїк з панорамним видом на місто. Пішохідна екскурсія вулицею Рамблас, Готичним кварталом.
- Вільний час. Для бажаючих за додаткову плату: відвідування арабських лазень (від 30 євро) та Акваріума.

- Ночівля.

## 3 день

- Сніданок. Звільнення номерів до 10 ранку.
- Екскурсія в гірський монастир Монсеррат, де в бенедиктинському монастирі на висоті 725 метрів над рівнем моря зберігається Чорна Мадонна Каталонія.
- Вільний час.
- Переїзд на швидкісному поїзді до Мадрида (близько 3 годин у дорозі).
- Трансфер в готель. Ночівля.



## 4 день

- Сніданок.

- Пішохідна екскурсія по старому історичному центру з видом на Пласа-Майор, Пласа-де-ла-Вілла, квартал Маррерія. Екскурсія в Королівський палац Мадрида та музей Прадо з найбагатшою колекцією іспанського та європейського живопису.

- Вільний час. Для бажаючих за додаткову плату відвідування шоу фламенко (від 45 євро).

- Ночівля.

## 5 день

- Сніданок.

- Оглядова екскурсія по Мадриду з оглядом площі Колумба та площі Іспанії, бульварів Реколетос і Кастеллано, Пасео Прадо, фонтанів Сібелес і Нептуна, будівлі арени для кориди Лас Вентас, храму Дебо, Сан-Франциско Гранде.

- Вечеря.

- Екскурсія в Толедо – стару столицю Іспанії, з оглядом старого міста та його пам'яток: собору, церкви Сан-Томі, синагог (без вхідних квитків).

- Ночівля.

## 6-й день

- Сніданок.

- Неробочий день. Для бажаючих за додаткову плату: екскурсія до палацу Ескоріал та долини Амбасадор (70€).

- Повернення до Барселони швидкісним поїздом (близько 3 годин у дорозі).

- Трансфер в готель.

- Ночівля.

## 7-й день

- Сніданок.

– Вільний час на шопінг, музеї та факультативні екскурсії за додаткову плату:

– Екскурсія в музей Сальвадора Далі і Жирони (70 євро), в Сеговію (70 євро).

– Ночівля.

8-й день

– Сніданок. Звільнення номерів до 10 ранку.

– Груповий трансфер в аеропорт.

– Переліт в Варшаву.

– Проїзд поїздом з Варшави до Києва.

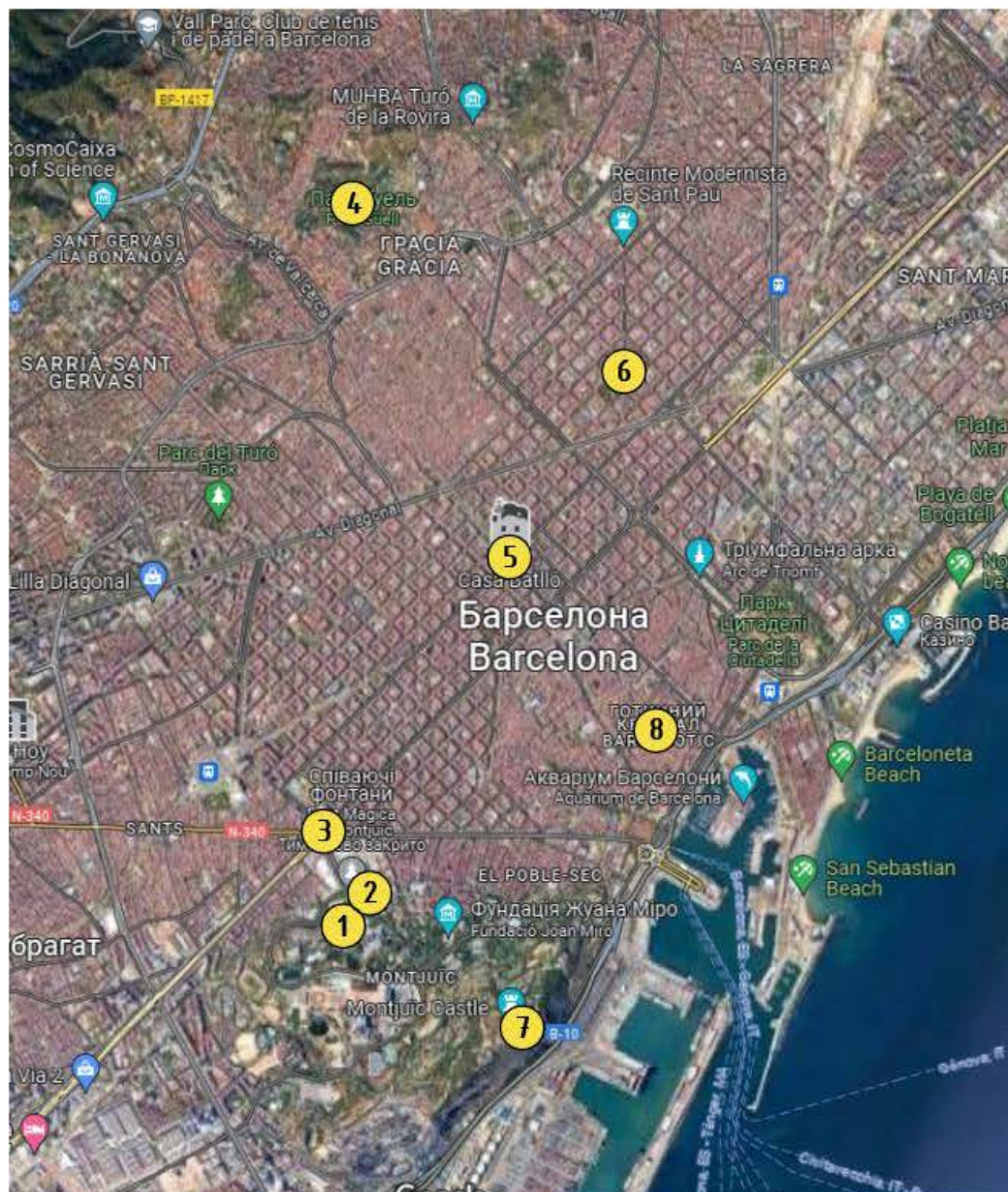


Рисунок Б.1 – Мапа місць відвідування у Барселоні (номери вказано у послідовності відвідування)

- 1 – Іспанське село
- 2 – Співучі фонтани
- 3 – Готель «Плаза»
- 4 – Парк Гуель
- 5 – Район Ешампле
- 6 – Собор Святого Сімейства
- 7 – Гора Маджуїк
- 8 – Готичний квартал





Рисунок Б.2 – Мапа місць відвідування у Барселоні (номери вказано у послідовності відвідування)

- 1 – Пласа-Майор
- 2 – Пласа де ла Вілла
- 3 – Музей Прадо
- 4 – Площа Іспанії
- 5 – Фонтан Нептуна
- 6 – Арена Лас Вентас
- 7 – Храм Дебод