

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА
ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ
КУЛЬТУРИ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА
МУЗЕЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
Кафедра туристичного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**РОЗВИТОК РИНКУ ВИЇЗНОГО КУПАЛЬНО-ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМУ
УКРАЇНИ ЗА НАПРЯМКОМ ІСПАНІЯ**

здобувача вищої освіти

першого (бакалаврського) рівня

зі спеціальності 242 Туризм

освітньо-професійної програми «Туризмознавство»

ГУБАНОВА СОФІЯ СЕРГІЇВНА

Допущено до захисту:

завідувач кафедри, доктор

культурології, доцент

БОЖКО

ЛЮБОВ

ДМИТРІВНА

Науковий керівник:

старший викладач

ШУМЛЯНСЬКА

НАТАЛЯ

ВОЛОДИМИРІВНА

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ІСПАНІЇ	7
1.1 Ресурси купально-пляжного туризму Іспанії	7
1.2 Розвиток в'їзного туризму в Іспанії	14
1.3 Особливості організації турів до Іспанії в умовах пандемії	20
Висновки до РОЗДІЛУ 1	23
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ВИЇЗНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ ДО ІСПАНІЇ	25
2.1 Характеристика ринку туристичних послуг до Іспанії	25
2.2 Аналіз відповідності наявного туристичного продукту до потреб цільової аудиторії	36
2.3 Перспективні напрямки та можливості розвитку виїзного туризму до Іспанії	39
Висновки до РОЗДІЛУ 2	41
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА КУПАЛЬНО-ПЛЯЖНОГО ТУРУ ДО ІСПАНІЇ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ТУРИСТІВ	43
3.1 Програма проекту купально-пляжного туру до Іспанії	43
3.2 Вибір засобів просування туру	50
3.3 Оцінка привабливості туру	51
Висновки до РОЗДІЛУ 3	53
ВИСНОВКИ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	57

ВСТУП

Актуальність роботи. Туристична діяльність ввійшла до найбільших експортних галузей світу та стала найрентабельнішою галуззю світової економіки. Завдяки глобілізаційним процесам у світі туристична індустрія збільшила свою частку у світовій економіці. Для подорожувальників такі зміни відкривають нові можливості для відпочинку, отримання нових вражень, доступності рекреаційних об'єктів та інфраструктури в містах, та країнах.

Для країн туризм надає широкі можливості для покращення економічної ситуації, стимулює переміщення людей та їх фінансового капіталу в рамках регіонів країни. Серед світових лідерів туризму виділяється Іспанія, країна, яка кілька років тримається в першій трійці найвідвідуваніших країн світу.

Іспанія має широкий спектр туристичних дестинацій та об'єктів задовольняючих потреби туристів, про те, на українському ринку він слабо представлений, хоча в світі цей регіон є одним із епіцентрів купально-пляжного туризму. Українські туроператори пропонують схожий продукт, який нездатний задовольнити потреби українських туристів.

Мета роботи – дослідити особливості розвитку купально-пляжного туризму Іспанії та розробити туристичний продукт виїзного туризму України до Іспанії.

Відповідно до мети було визначено такі завдання дослідження:

- проаналізувати ресурси купально-пляжного туризму Іспанії;
- охарактеризувати особливості організації туристичної діяльності в період пандемії в Іспанії;
- провести аналіз ринку туристичних послуг виїзного туризму України до Іспанії;
- розробити програму купально-пляжного туру до Іспанії;
- сформуванати напрями просування туру;

– провести оцінку привабливості створеного туру серед українських туристів.

Об’єкт дослідження – ринок виїзного купально-пляжного туризму України до Іспанії.

Предмет дослідження – проблеми і перспективи розвитку ринку виїзного купально-пляжного туризму України до Іспанії.

Методи дослідження: метод узагальнення, метод системного аналізу, статистичний та візуально-графічний методи, метод маркетингового аналізу, описовий, порівняльний, статистичний.

Наукова новизна в аналізі сучасних тенденцій та проблем розвитку купально-пляжного туризму України до Іспанії та розробці купально-пляжного туру, задовольняючого потреби українських споживачів.

Практична значущість дослідження: при аналізі роботи туроператор зможе з легкістю виявити, які туристичні ресурси наявні в Іспанії, за допомогою маркетингового дослідження буде зрозуміло, які туроператори являються найсильнішими конкурентами, які тур продукти вони пропонують та характеристика цільової аудиторії, що найбільш вірогідно зможе поїхати у подорож. Окрім цього у роботі визначені проблеми і перспективи розвитку ринку виїзного туризму Іспанії, тобто визначивши їх слабкі місця, тур оператор зможе уникнути чужих помилок та розробити нову схему продажу турів.

Апробація результатів дослідження. Положення роботи були представлені на науковій всеукраїнській конференції «Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку» (Харків, 2021).

Джерела. При написанні роботи використовувалися наукові статті та підручники таких авторів як: В.П. Чалий, Н.В. Фоменко, П. О. Масляк, В.П. Крижанівський та іноземних вчених Roger W. та інші.

Публікації. Основні тези та висновки дослідження викладено у 1 науковій публікації.

Структура бакалаврської роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, 59 сторінок, 40 списку використаних джерел, з них 8 іноземною мовою, 11 таблиць та 7 діаграм.

РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ІСПАНІЇ

1. 1. Ресурси купально-пляжного туризму Іспанії.

Іспанія – туристична країна з розвиненою інфраструктурою у сфері послуг, що входить до трійки найбільш відвідуваних у світі, яку щороку відвідують мільйони мандрівників, яких приваблюють її пляжі та приємний клімат, багата художня спадщина та гастрономічне багатство, крім того будучи однією з найбагатших націй на культурній спадщині на планеті завдяки великій кількості цивілізацій, які залишили свій слід і спадщину на Піренейському півострові.

Для розуміння реальної ситуації із кількістю туристів, які приїжджають до Іспанії необхідно переглянути статистику за останні роки. Згідно з доповіддю Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) за 2017 р., Іспанія є другою країною у світі за кількістю іноземних туристів, із 81,9 млн. Відповідно до звіту лише Франція перевершила Іспанію за кількістю туристів, які відвідали країну за один календарний рік. У 2012 р. за даними Євростату, Іспанія була першою країною в Європейському Союзі за кількістю ночей, перевершивши Францію, завдяки зростанню на 4,3% порівняно з попереднім роком [40].

«Вплив на туризм становить близько 11% валового внутрішнього продукту країни, частина її економіки підтримується сектором послуг, з неперевершеним розвитком та досконалістю в галузі гостинності та транспорту з часів туристичного буму, що відбувся в 1960-х роках, який нарешті закріпився зі святкуванням п'ятої річниці Відкриття Америки (1492) Олімпійських ігор у Барселоні та Всесвітньої виставки в Севільї» [2, с. 112].

«Що стосується доходів від туристичного сектору, Іспанія є другою державою у світі, яку лише перевершили США за версією UNWTO10. Канарські острови та Балеарські острови. У 2015 році Світовий економічний форум присудив Іспанії перше місце у світі за конкурентоспроможністю

туризму. Згідно з даними INE у лютому 2017 року, Іспанія отримала 77 625 мільйонів євро у 2016 році як дохід від туризму, на 9% більше, ніж у попередньому році» [40].

Протягом декількох десятиліть особливий наголос робився на просуванні сонячного та пляжного туризму через значно тепліший та сонячніший клімат порівняно з іншими європейськими країнами. Літні температури, як правило, коливаються від 20 до 40 градусів, і в багатьох регіонах є більше 300 сонячних днів на рік, як правило, сухе і спекотне літо. Туристична спроможність у прибережних містах забезпечує велику кількість готелів, ресторанів та будинків на пляжі, серед яких Коста-дель-Соль та Валенсійське узбережжя є вірними експонентами, а Марбелья, Торремолінос та Бенідорм є видатними промоутерами.

Північна Іспанія має дещо прохолодніший і вологіший клімат. Багатьох іспанців та іноземців приваблює старовинний Каміно де Сантьяго або фестивалі грайливого характеру, такі як Сан-Фермін. Північний район поєднує сільський туризм з великими піщаними районами, де влітку гарний клімат, а взимку – гірськолижний. Ця область представляє особливу красу завдяки близькості гір з великою рослинністю та таких областей, як Кантабрійське узбережжя, лимани Галичини або Пікос де Європа.

Іспанська гастрономія широка та різноманітна, страви такі типові, як гаспачо, паелья, мадрридське рагу, фабада, іберійська шинка, морепродукти або типова місцева риба. Оливкова олія, з якої Іспанія є провідним світовим виробником, використовується в самих різних стравах і високо цінується в інших країнах.

«Омивається Середземним морем та Атлантичним океаном: берегова лінія, яка в кожному географічному районі має свої геологічні, кліматичні та, звичайно, культурні умови. Тому тут є пляжі на будь-який смак. Неможливо впасти в одноманітність, говорячи про найкращі пляжі Іспанії» [1, с. 75].

«Епіцентрами курортно-пляжного туризму в Іспанії є кілька курортів серед, яких домінує курорт Коста-Брава найбільш популярний серед наших

співвітчизників, тури туди коштують дешевше, ніж в інші райони країни. Знаходиться Коста-Брава на північному заході Каталонії, між французьким кордоном і містом Бланес, і вважається одним з наймальовничіших курортів на середземноморському узбережжі» [15, с. 212].

Тутешня природа – це вузький берег з нависаючими скелями, відокремленими пляжами, що підступають до них соснами, красивими бухтами і затоками. Непроступні Піренеї дбайливо захищають від спеки, клімат тут прохолодніше, ніж в інших частинах Каталонії, хоча і досить м'який, влітку зазвичай + 25-28 градусів. Курортний сезон починається в червні і закінчується в жовтні. Температура води в середньому прогрівається до + 21-23 градусів.

Найпопулярніші пляжі – Ллорет-де-Мар, Феналс, Росас і Кадакес. На кожному з них до послуг відпочиваючих всі види водних розваг. Також всім бажаючим з готовністю організують морську прогулянку, що знайомить відпочиваючих з сусідніми курортами.

«Родзинка Коста-Брава – недорогі, але якісні вина і лікери. Головне місцеве блюдо – «Море і гори» (Маар і Мутанна). Зовсім поруч знаходиться Барселона – трохи менше години на автобусі або електричці і ви в головному місті Каталонії.

Наступний курорт – Коста Дорада. Місцеві курорти називають ще «Золотим берегом» Іспанії, а все тому, що пісок на пляжах Коста-Дорада в променях сонця нагадує золоті піщинки. Розташовується Коста Дорада між провінцією Таррагона і Барселоною» [30].

Тут вважають за краще відпочивати сім'ями, особливо з маленькими дітьми – море в Коста Дорадо дрібне і вода добре прогрівається. Але, головне, неподалік збудований парк «Порт Аventura», гігантських розмірів комплекс розваг, що приводить у захват дитвору.

«Уздовж берега тут тягнуться високі гірські хребти, вони вкривають місцевість від сильних вітрів і не дають температурі здійснювати різкі коливання. Коста Дорада – улюблене місце тих, хто віддає перевагу

активному відпочинку, але особливо сюди люблять приїжджати яхтсмени і фанати парусного спорту» [37].

Не варто говорити, що тут у величезній кількості працюють магазини, ресторани, кафе, бари, нічні клуби, дискотеки і розважальні центри. Все перераховане вище є в кожному іспанському курорті за замовчуванням.

Найбільш популярні туристичні центри: Ситжес, Салоу, Таррагона, Ла-Пінеда.

Коста дель Соль – це найпрестижніший район країни, який розташований на Південному узбережжі, між Малагою і Гібралтарською протокою. Тут тільки найпрестижніші і фешенебельні курорти Іспанії. Багатії, кінозірки і аристократи люблять приїжджати сюди відпочивати, а багато прикупили місцеву нерухомість [36].

Клімат тут надзвичайно м'який, середня температура +20 градусів. Вважається, що сонячних днів в Коста дель Соль більше, ніж в інших регіонах Іспанії, купатися в морі можна найдовше. Єдиний мінус – прохолодне атлантична течія, через нього вода рідко нагрівається більше +21 градуси.

Місцева природа на перший погляд здається суворою і похмурою, особливо на узбережжі – вся справа в насипних пляжах. Адже замість піску вони складаються з роздробленого на дрібні піщинки граніту. Зате тутешні пляжі славляться цілющими властивостями.

Головні курорти: Торремолінос, Марбелья, Бенальмадена, Естепона.

Готелі в Коста дель Соль в основному суцільно п'ятизіркові, розраховані на багатих і готових платити клієнтів. В середньому по країні в них найкращий сервіс і комфорт. На території багатьох готелів побудовані торгові і розважальні центри, орієнтовані, правда, більшою мірою на консервативних клієнтів.

При бажанні в районі Марбельї можна зняти розкішну віллу, а якщо ви не любите скупченості людей і хочете відпочити в тихому місці, вам більше підійдуть готелі Естепона [35].

Назва курорту виникло завдяки світлого кольору скель, що захищають місцевість від холодних вітрів з півночі. Пляжі Коста Бланки починаються біля річки Ебро і тягнуться в бік півдня аж до Андалусії. Тут надзвичайно теплий клімат, взимку зазвичай +19 градусів, а влітку +29 градусів. З цієї причини Коста Бланка улюблене місце відпочинку тисяч туристів і один з найпопулярніших курортних центрів Іспанії.

Комфортабельні готелі, відмінний сервіс, веселе нічне життя, пізнавальні екскурсії, можливість зайнятися спортом, різноманітне культурне дозвілля – роблять відвідування Коста Бланки незабутнім.

Головні курорти: Аліканте, Бенідорм, Торревьеха [38].

Коста де Валенсія. Курорти в провінції Валенсія часто зараховують або до Коста Бланка, або до Коста Асар. Але в дійсності Коста де Валенсія самостійна курортна зона. Тут розташовуються різноманітні пляжі з найчистішим піском, багато з яких по-справжньому розкішні, збудовано багато архітектурних пам'ятників, старовинних, але як і раніше прекрасних будівель.

«Окремих слів заслуговує місцева природа і особливо ландшафт. Він неймовірно різноманітний, повсюдно зустрічаються мальовничі пагорби, що переходять в скельні освіти, усюди видніються апельсинові плантації, одним тільки видом плодів, додають гарний настрій. Клімат тут м'який і теплий, взимку в основному +18 градусів, влітку близько +30 градусів» [4, с. 153].

Коста Тропікаль. Африканський континент знаходиться зовсім недалеко, накладаючи відбиток на клімат – середня температура в році тут +20 градусів, часто світить сонце і майже завжди дмуть теплі вітру. Коста Тропікаль – унікальний район в Європі, тільки тут ростуть авокадо, манго і маракуйя [34].

Коста де ла Лус. Омиваючись одночасно океаном і морем, цей курорт знаходиться в провінціях Кадіс і Уельва, простягнувши смужкою по південно-західному узбережжю. Сюди люблять приїжджати за чистою,

незайманою природою. Тут не так розвинена курортна інфраструктура, туристів в основному цікавить тихий відпочинок, прогулянки та екскурсії.

Місцеві пляжі складаються з дрібного білого піску і лише в декількох місцях перериваються скелями. Клімат тут м'який, середня температура +18 градусів. Спека буває дуже рідко, а дощових днів ще менше [33].

Крім найпопулярніших пляжів і курортів в Іспанії є безліч інших, менш відомих.

«Коста дель Маресме – курорт в Каталонії, неподалік від Барселони, непомітно переходить в Коста Брава, славиться розвиненою інфраструктурою і пляжами з піском сріблястого відливу.

Коста дель Гарраф – теж в Каталонії, в 36 кілометрах від столиці регіону.

Коста Каліда – розташовується в провінції Мурсія, тут самі протяжні пляжі з піску.

Коста дель Азахар – знаходиться в провінції Кастильон, будучи своєрідним продовженням Коста Дорада» [40].

«Серед островів для курортного відпочинку вирізняється острів і місто Ібіца, внесений до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Він розташований в Балеарському архіпелазі, в Середземному морі. Тут в субтропічному кліматі з травня по жовтень відкрито пляжний курорт, де ніколи не буває спеки, так як з моря дме прохолодний бриз; де блакитне море, білий пісок, ласкаве сонце, горді пальми, оливки і мальовничі ландшафти так і манять до себе туристів з усього світу. На острові Ібіца існує 58 пляжів, які підкорили туристів своєю екологічною чистою, білому піском. Тут є і прекрасно обладнані пляжі зі всілякими послугами, і дикі пляжі, де спокійно в будь-який час доби. Найбільш відомі Сес-Салінес (перший нудистський пляж Іспанії), Фіеретас, Таламанка, Ан-Босса і Кавальет. Головне на Ібіці – це тусовка. Цей острів – найкращий курорт в світі для молоді з небувалими і фантастичними розвагами. Тут проводяться екзотичні шоу, шоу-демонстрації мод, клоунади, барвисті маскаради» [40].

Іспанія очолює світовий список країн з найбільшою кількістю пляжів, нагороджених блакитним прапором. Громада, яка зосереджує більше всього нагород – Валенсійська громада. Але крім нагород, на іспанському узбережжі є пляжі, на яких можна побачити мрійливі заходи сонця, пляжі з білим піском та бірюзові води, які, здається, виходять з листівки, дикі бухти, піщані пляжі, захищені своїм біологічним багатством, пляжі з великими хвилями для серфінгу. Тут знаходяться пляжі вулканічного походження, такі як на Канарських островах, з теплими водами, такими як регіони Мурсії, зимові пляжі в оточенні зелених ландшафтів в Астурії або Країні Басків та пляжі, з м'яким сонцем влітку, як в Андалусії. Пляжі для ледачих, для читачів, для закоханих, для безтурботних.

Окрім цього в цій країні знаходиться велика кількість мальовничих пляжів, які маловідомі серед туристів:

- «Кала Макарелла та Кала Макареллета, Менорка (Балеарські острови)
- Плайя-де-Беніхо, Санта-Крус-де-Тенеріфе (Канарські острови)
- Playa los Genoveses, Ніґар, Альмерія (Андалусія)
- Кала Гранаделла, Хавеа (Валенсія)
- Saló d'Es Mort, Форментера (Балеарські острови)
- Плайя-де-Ногалес, Ла-Пальма (Канарські острови)
- Пляж Маталасканьяс, Альмонте, Уельва (Андалусія)
- Пляж Родас, Сієські острови (Галичина)
- Пляж Гульпіюрі, Лланес (Астурія)
- Saló d'Es moro, Майорка (Балеарські острови)
- Пляж Лага, Ібарангуелуа (Країна Басків)
- Кала д'Айгуаблава, Бегур (Каталонія)
- Пляж Las Catedrales, Рібадео (Галичина)
- Плайя-де-Папагайо, Лансароте (Канарські острови)
- Кала Саладета, Ібіца (Балеарські острови)
- Пляж Trengandín, Ноя (Кантабрія)
- Пляж Іцурун, Зумая (Країна Басків)

- пляж Оямбре, Сан-Вісенте-де-ла-Баркера (Кантабрія)
- Плайя-Ла-Кароліна, Агілас (Мурсія)
- Кала Пола, Тосса-де-Мар (Каталонія)
- Роо Веаch, Лланес (Астурія)» [39].

Отже, головні курорти розміщені як на континенті, так і на островах: Балеарських – в Середземному морі: Острів Ібіца, Острів Майорка, острів Мінорка.

Канарських – в Атлантичному океані (круглий рік): Острів Тенеріфе, острів Гран Канарія, острів Ла Палма, острів Лансароте, острів Фуертевентура.

Курорти континентальної Іспанії: Коста дель Соль, Коста Тропікал, Коста Брава, Коста Дорада, Коста Бланка, Курорт Сан-Себастьян.

1.2 Розвиток в'їзного туризму в Іспанії

Розвиток туризму до Іспанії, особливості іспанської гостинності та історичних передумов вивчали європейські та українські вчені, серед яких: В.В. Безуглий, В. П. Крижанівський, М. С. Дорошко, В. І. Головченко, П. М. Ігнат'єв, Р. А. Кривонос, Roger Williams, Raul de-Arriba, І.С. Пустиннікова.

Іспанія була четвертою країною у світі за кількістю іноземних туристів у 2010 році, з 52,7 мільйонами туристів щорічно, перевершуючи Францію, Сполучені Штати Америки та Китай [35].

«Протягом 2010 року туризм поповнив бюджет Іспанії 52 525 мільйонів доларів, що поставило її на друге місце за економічним доходом, після Сполучених Штатів, які за той самий період увійшли до 103 500 мільйонів доларів, і попереду Франції (46 300), Китаю (45 800) та Італії (38 800).

Всього в 2011 році Іспанія прийняла 56,17 млн. іноземних туристів, що на 6,6% більше, ніж зареєстрованих у той самий період попереднього року, за даними Міністерства промисловості, енергетики та туризму, 80% з них прибули повітряним транспортом. А 2019 році цифри збільшилися до 83,7 млн. іноземних туристів» [13].

З них 84,3% приїхали до Іспанії з дозвілля або відпустки, 7,2% – з роботи чи бізнесу, 4,8% – з особистих причин, а решта – з інших невстановлених причин. Кількість туристів помітно зросла з 1950 року, але їх національність не змінюється. Більшість із них прийшла (та й досі походить) із Західної та Північної Європи, як правило, німецька, британська, французька, італійська та португальська. (Таблиця 1.1) складена за матеріалами [13].

Таблиця 1.1

Загальна еволюція кількості туристів, які відвідали Іспанії

Рік	Кількість туристів (тис.)
2001	49.50016
2002	50.30017
2003	50.90017
2004	52.40018
2005	55 914
2007	58 666
2008	57 192
2009	52 178
2010	52 677
2011	56,700
2012	57.90019
2013	60.60020
2014	64.99021
2015	68.13722
2016	75,56323
2017	81,78624
2018	82,77325
2019	83.70126

Барселона та Мадрид – головні туристичні міста Іспанії. Вони мають чудову туристичну пропозицію різноманітних національних та міжнародних конгресів та конгресів, що збільшує показники.

У 2019 році найвідвідуванішим містом була Барселона, яка посіла 25 місце у світовому рейтингу.²⁷ Разом із Мадридом вони є двома з п'яти європейських міст з найбільшими витратами на одного туриста [13].

Барселона – це іспанське місто, де найновіше зупинитися на ніч – 65 100 ліжок розкинуто в 352 готелях – 29 із середньою ціною за номер 100 євро, за ними йдуть Мадрид (68 євро) та Валенсія (60,50 євро).

«Канарські острови мають в середньому понад десять мільйонів туристів на рік. У 2012 році архіпелаг був третьою автономною громадою за кількістю прибулих, другим за середніми витратами на одного туриста (1047 євро) і першим зайнятістю в готелях. Тенденції 2019 року також дуже позитивні: острови стали першим туристичним напрямком в Іспанії в січні, лютому, березні, жовтні, листопаді та грудні, в середньому щомісяця понад мільйон туристів» [14, с. 124].

«Тенеріфе є головним туристичним напрямком на островах, 32 із 37% від загальної суми, далі йдуть Гран-Канарія з 31%, а потім Лансароте та Фуертевентура з 16,28% та 13,30% відповідно. La Palma залишається пропорційним, перевищуючи 1,3%» [37].

У сільській місцевості вони намагаються відповідати очікуванням щодо створення виду туризму. Завдяки програмам підтримки розвитку сільських територій вони мають на меті стимулювати додаткові аспекти сільськогосподарської діяльності та відновити будинки, місцеві ремесла та традиції тощо. включаючи пропозицію розважальних заходів, пов'язаних з природою та навколишнім середовищем [3, с. 112].

Гірськолижний туризм також важливий у різних гірських системах, таких як Сьєрра-Невада. Культурно-історичний туризм також розвинений в Іспанії, виділяючи середні міста, такі як Толедо або Сеговія та інші з більшим населенням, такі як Гранада. – Пішохідні тури – найпопулярніший вид відпочинку. Піші прогулянки можна організувати майже в будь-якій місцевості. Для цього не потрібно спеціальної підготовки та обладнання.

48,7% іноземного туризму в Іспанії припало на 2019 рік лише з трьох країн: Німеччини, Франції та Великобританії, до яких протягом року в'їжджали 17 840 292 туристів, що на 12,4% більше, ніж у попередньому році.

Інші країни або райони, з яких прибуває значна кількість туристів, – це Італія, країни Північної Європи, Бенілюкс, Португалія, Ірландія та Швейцарія. За континентом 86,1% туристів прибули з Європи, 7,1% з Америки, а решта 6,8% з решти світу [13].

Серед пам'яток світової спадщини вирізняються: Кафедральний собор Санта-Марія та Сан-Хуліан-де-Куенка, де 21 вересня 1177 року Альфонсо VIII Кастильський завоював місто Куенка і став єпископським престолом в 1183 році.

«Іспанія, поряд з Італією, має найбільшу кількість місць, оголошених Світовою спадщиною ЮНЕСКО у світі, додавши загалом 41. Крім того, тринадцять міст Іспанії носять титул Міст світової спадщини також ЮНЕСКО, серед яких є: Сантьяго де Компостела, Саламанка, Авіла, Сеговія, Алькала-де-Енарес, Толедо, Касерес, Мерида, Сан-Крістобаль-де-ла-Лагуна, Кордова, Ібіца, Куенка, Убеда, Баеса та Таррагона, що робить Іспанію країною з більшою кількістю міст, нагороджених цією відзнакою. Найбільш відвідуваними пам'ятниками є Альгамбра в Гранаді та храм Саграда Фамілія в Барселоні, які щорічно заперечують керівництво» [32].

«Іспанські території мають неабияке ландшафтне різноманіття. Багато природних зон країни підлягають різним формам охорони. Іспанія має чотирнадцять національних парків, які мають високу природну та культурну цінність, з незначною антропою дією, і завдяки своїм винятковим природним цінностям та своїй унікальності заслуговують на переважну увагу до загальних інтересів нації, оскільки вони є представниками спадщина природна іспанська» [34].

«Ці національні парки є такими:

- Національний парк Айгуестортес та озеро Сан-Маурісіо, в Ллеїді
- Національний парк Кабаньєрос, між Толедо та Сьюдад-Реаль
- Морсько-наземний національний парк архіпелагу Кабрера на Балеарських островах. Належить до муніципалітету Пальма-де-Майорка.
- Національний парк Кальдера де Табуріенте, на острові Ла-Пальма, провінція Санта-Крус-де-Тенеріфе
- Природний район Доняна, між провінціями Уельва, Севілья та Кадіс.
- Національний парк Гарахонай, на острові Ла Гомера, провінція Санта-Крус-де-Тенеріфе.
- Національний парк Атлантичних островів Галичини, в Понтеведрі
- Національний парк Монфрагю, Касерес.
- Національний парк Ордеса-і-Монте-Пердідо, в місті Уеска.
- Національний парк Пікос де Європа, між Леоном, Астурією та Кантабрією.
- Національний парк Сьєрра-Невада, між Гранадою та Альмерією
- Tablas de Daimiel National Park, Ciudad Real.
- Національний парк Тейде, на острові Тенеріфе (Санта-Крус-де-Тенеріфе).
- Національний парк Тіманфая, на острові Лансароте, провінція Лас-Пальмас.
- Національний парк Сьєрра-де-Гвадаррама, Мадрид» [2, с. 237].

Інші показники охорони природи – це природні парки, яких в Іспанії 126, та регіональні парки, загалом 25, що розповсюджені по всій іспанській території. Ці державні формації захисту спрямовані на захист цих ресурсів, які вважаються активами, що представляють інтерес для іспанської держави, а також на просування їх знань та (стійке) використання їх у рекреаційному середовищі, сприяння діяльності, яка в них відбувається (спелеологія, піші прогулянки, спостереження за птахами, рафтинг, каное, скелелазіння тощо).

«Також в Іспанії існує чимало привабливих для туристів трекінгових та не тільки туристичних маршрутів:

- Дорога Сантьяго
- Шлях халіфату з Кордови до Гранади
- Маршрут Білих сіл у провінції Кадіс
- Барабанний і басовий барабанний маршрут у Теруелі
- Рута-дель-Торо в провінції Кадіс
- Віа де ла Плата
- Маршрут Сід
- Маршрут Дон Кіхота
- Шлях боліт у провінції Паленсія
- Маршрут монастирів Валенсії
- Цистерціанський шлях у Каталонії
- Мар'янський маршрут в Арагоні та провінції Барселона (крім Франції та Князівства Андорра).
- Шлях Насріду в провінції Хаен і Гранада.
- Шлях замків та битв у провінціях Сьюдад-Реал, Хаен та Гранада.
- Камі де Кавальс на Менорці.
- Середньовічний шлях Альпухарри в провінціях Гранада та Альмерія» [39].

Значну кількість туристів щорічно привертають різноманітні іспанські фестивалі, які є одним з найважливіших міжнародних туристичних активів в Іспанії. Серед найвидатніших із найбільшою кількістю відвідувачів – Валенсія, Фаллас, Ярмарок Альбасете, Карнавал Санта-Крус-де-Тенеріфе, Санфермінс Памплони, Фієстас-дель-Пілар в Сарагосі, Страсний тиждень у Малазі або Ферія де квітня з Севільї [10, с. 21].

Отже, туризм в Іспанія є однією з провідних статей економіки країни, щорічно країну відвідують десятки мільйонів туристів, які відпочивають в містах та милуються історико-культурними пам'ятками в Барселоні,

Мадриді, Севільї, Валенсії. Або обирають курортний відпочинок на узбережжі та островах в Коста-дель-Соль, Коста-де-Браво, Ібіці, Тенеріфе, Мальорці.

1.3 Особливості організації турів до Іспанії в умовах пандемії

Іспанія входить до країн Шенгенської зони, а тому українським туристам, які бажають відвідати цю країну необхідно мати оформлену шенгенську візу, яка, в свою чергу, дає право відвідувати й інші країни, які входять в цю зону.

Починаючи з весни 2020 року і до весни 2021 року в'їзд до Іспанії громадян нерезидентів країни ускладнився. Причиною цьому стала епідемія коронавірусу.

Через початок епідемії коронавірусу Іспанія почала вводити заборони на відвідування країни іноземцями. В першу чергу були закриті сухопутні кордони країни, після чого послідувало закриття морських портів. Всі візові центри за кордоном були закриті, видача віз припинена до скасування карантинних обмежень або особливих розпоряджень

Іспанія не вводила обмеження на в'їзд іспанців в країну, але для іноземців були передбачені обмежувальні заходи. Зокрема, були визначені деякі категорії громадян, яким дозволено в'їжджати в країну. До них відносяться: громадяни ЄС, які прямують до місця свого постійного проживання; особи, які мають довгострокову візу, видану однією з країн Шенгенської зони, і що прямують в країну, яка видала візу; працівники міжнародних корпорацій; медпрацівники, напрямні в Іспанію або в країну ЄС для виконання своїх обов'язків; фахівці, що займаються вантажними перевезеннями; члени дипломатичних місій і гуманітарних організацій; особи, які здійснюють поїздки за сімейними обставинами та мають відповідний дозвіл на в'їзд в Іспанію; особи, яким унаслідок форс-мажорних обставин необхідно в'їхати в Іспанію [39].

Ніяких додаткових правил для в'їзду іноземців іспанське уряд не вводило, так як в країні був введений тотальний локдаун. Наприклад,

залишати місця проживання в країні можуть тільки працівники підприємств і установ, робота яких життєво необхідна в умовах карантину. Також виходити з дому можна для походу в магазин або в аптеку і для прогулянок з домашніми тваринами.

В Іспанії під час епідемії можна в'їхати на автомобілі. Також країна приймає деякі авіарейси. Ознайомитися зі списком рейсів, які приймають аеропорти Іспанії, можна на онлайн-табло аеропортів. Міністерство закордонних справ організовує спеціальні рейси для повернення іспанців. Літаки літають з Латинської Америки та Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Відповідно до наказу ТМА / 273/2020 від 23 березня всі види пасажирських транспортних перевезень по країні були знижені мінімум на 70%, а після введення більш жорстких карантинних заходів, здійснення регулярних пасажирських перевезень було заборонено [39].

Іспанія сильно постраждала від Covid-19, в країні була зафіксована велика кількість захворювань та смертей. Після тотального локдауну навесні 2020 року, Іспанія знову відкрилася для відвідувачів протягом літа, але в листопаді було введено надзвичайний стан, який діяв до 9 травня 2021 року.

Мандрівникам з більшості місць Європейського Союзу, також громадяни Австралії, Китаю, Південної Кореї, Нової Зеландії, Руанди, Сінгапуру, Ізраїля та Таїланду дозволяється в'їзд до Іспанії без необхідності проходити карантин.

Іспанія зняла обмеження на необов'язкові поїздки з Великобританії та Японії 24 травня, мандрівники з двох країн тепер можуть в'їхати до Іспанії без тесту Covid [39].

Нерезиденти країни, які пройшли всі необхідні етапи вакцинації можуть в'їхати до Іспанії без підтвердження негативного тесту коронавірусу, навіть якщо вони прибуває з пунктів призначення, віднесених до країн, що віднесені до категорії "ризик". Однак так країни Південна Африка, Бразилія та Індія звільняються від цього правила.

«Усі мандрівники з інших країн, в тому числі й України повинні заповнити форму медичного контролю (HCF), яку можна заповнити через веб-сайт або додаток Spain Travel Health. Він створить QR-код, який повинен бути показаний після прибуття до країни» [39].

Зараз Іспанія також визнає цифровий сертифікат Covid Європейського Союзу – який мандрівники з ЄС можуть продемонструвати, чи був у них Covid-19, нещодавно отриманий негативний тест та чи вони щеплені.

Крім того, всі мандрівники на Канарські острови, незалежно від того, звідки вони прибувають, вимагають антигенного тесту, зробленого протягом 72 годин після від'їзду.

Станом на червень 2021 року, надзвичайний стан Іспанії було скасовано, але деякі обмеження, пов'язані з Covid-19, залишаються – окремі штати тепер повинні встановити власні обмеження, яку отримують своє затвердження через суд.

Станом на червень 2021 року в країні спостерігалось понад 3,7 мільйонів захворівших та понад 80 200 смертей. В січні 2021 року була найгірша ситуація в країні з літа 2020 року, в лютому було зафіксовано найбільший приріст випадків з початку пандемії [39].

Через місяць випадки захворюваності впали вже в березні, Іспанія повідомила про найнижчий ріст випадків у вихідні дні з липня минулого року, але в кінці березня та на початку квітня їх кількість знову зросла, і влада закликала до обережності на тлі побоювань удару третьої хвилі Європа.

Понад 30 мільйонів людей зробили першу вакцинацію в Іспанії, станом на червень 23,37% населення було повністю щеплено [39].

В умовах надзвичайного стану діяв національний комендантський час, маски повинні були постійно носити в публічних місцях, окрім дітей віком до 5 років, а збори в приміщенні та на відкритому повітрі обмежувались шістьма людьми.

Маски для обличчя продовжують вимагати в громадських місцях по всій країні. Ще до скасування надзвичайного стану точні деталі обмежень варіювались залежно від регіону.

Станом на червень 2021 року Іспанія затвердила кольорову систему для регіональних обмежень, класифікуючи райони за рівнями. Подорожі між регіонами Іспанії дозволені.

Отже, пандемія коронавірусу ускладнила доступ туристів до Іспанії та змінила як умови перебування, так і умови для в'їзду, які наразі виглядають наступним чином: Шенгенська віза, або біометрика, спеціальна анкета анкети FCS Health Control Form або HCF яка згенерує QR-код і пред'являється на прикордонному контролі в аеропорту, в самій анкеті зазначаються данні про ПЛР-тест та про наявність відповідних щеплень.

Висновки до РОЗДІЛУ 1

Іспанія розвинена в туризмі на високому міжнародному рівні, найчастіше для купально-пляжного туризму використовується територія, яка омивається Середземним морем та Гібралтарською протокою. Також територія Іспанії омивається водами Атлантичного океану, в районі Біскайської затоки, тут розміщені популярні курорти: Кантабрія, Галісія, Коста-Верде.

Сприятливий клімат, розвинена інфраструктура обумовили популярність ряду курортів: Коста-Брава, Мальорка, Коста-дель-Маресме, Ібіца, Коста-дель-Гарраф, Коста-Дорада, Коста-Бланка, Коста-дель-Сол, Коста-де-ла-Лус.

Окреме місце займають Канарські острови з найпопулярнішими курортами типу: Фуертевентура, Лансароте, Тенеріфе, Гран-Канарія і знаходяться у водах Атлантичного океану.

Для відвідування Іспанії туристам з України потрібна шенгенська віза, яку можна сформувати в іспанському посольстві або можна скоритатись безвізом, за наявності біометричного паспорту. Однак, через пандемії

коронавірусу ситуація ускладнилася, а умови для відвідування та пересування постійно змінювалися.

Ситуація з пандемією поступово змінюється, а тому при поживленні переміщень в цю країну туристам необхідно заповнити спеціальну анкету FCS Health Control Form, результат якої пред'явити у вигляді QR-коду прикордоннику.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ВИЇЗНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ ДО ІСПАНІЇ

2.1 Характеристика ринку туристичних послуг до Іспанії

«Згідно з Законом України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР та враховуючи абзац третій частини другої статті 5 із змінами, внесеними згідно із Законом № 2608-VI від 19.10.2010: «Суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність (далі - суб'єкти туристичної діяльності), є: туристичні оператори (далі - туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг»» [24].

Охарактеризувавши туристичні пропозиції ми зможемо побачити домінуючі тенденції на українському ринку, переважаючі напрями, середній ціник, які просять туристичні оператори, та тривалість на яку вони пропонують відпочинок.

Для аналізу наявних туристичних продуктів до Іспанії, умов відпочинку, його центрів та особливостей були обрані наступні туристичні оператори, які спеціалізуються на курортному відпочинку «КоралТревел», «Джоінап», «Аккорд-тур», «TUI Ukraine».

Характеристика асортименту турпродуктів є надзвичайно важливою в порівнянні усіх туроператорів. Завдяки цьому ми зможемо виявити який продукт буде вигіднішим для туристів як за ціною, так і за якістю. Для цього були взяті такі критерії : центри туризму, вид туру, ціна, тривалість туру, класи готелю, спосіб доставки, тип харчування, наявністю екскурсій, особливості турпродукта, а також додаткові пропозиції від туроператорів (Таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

«Характеристика асортименту турпродуктів Coraltravel»

Центр туризму	Вид туру	Ціна	Тривалість	Клас готелю	Спосіб доставки	Тип харчування	Наявність екскурсій	Особливості	Пропозиції
Барселона	Екскурсійний,	20 500 грн	4 дні	3*	літак	Half Board	+	Трансфер безкоштовно	Бронювання готелів, сплата кредитною картою, тури в кредит, продаж авіабілетів
Майорка	купально-пляжний	16 000 грн	5 днів	3*	літак	Bed& Breakfast, Half Board	–	Трансфер безкоштовно, бронь квитків у музеї за додаткову плату	Бронювання готелів, сплата кредитною картою, тури в кредит, продаж авіабілетів
Тенеріфе	Купально-пляжний	11 000 грн	3 дні	3*	літак	All Inclusive, Bed& Breakfast, Full Board, Half Board	–	Трансфер безкоштовно, бронь квитків у музеї за додаткову плату	Бронювання готелів, сплата кредитною картою, тури в кредит, продаж авіабілетів

Продовження таблиці 2.1

Ібіца	Купально-пляжний, молодіжний	30 000 грн	5 днів	4*	літак	AllInclusive, Half Board	–	Трансфер безкоштовно, бронь квитків у музеї за додаткову плату	Бронювання готелів, сплата кредитною картою, тури в кредит, продаж авіабілетів
Коста-Брава	екскурсійний	25 000 грн	7 днів	3*	Літак	Half Board	+	Трансфер безкоштовно, бронь квитків у музеї за додаткову плату	Бронювання готелів, сплата кредитною картою, тури в кредит, продаж авіабілетів
Каталонія	екскурсійний	30 000 грн	7 днів	3*	Літак	Half Board	+	Трансфер безкоштовно, бронь квитків у музеї за додаткову плату	Бронювання готелів, сплата кредитною картою, тури в кредит, продаж авіабілетів
Гранада	Купально-пляжний	14 000 грн	4 дні	4*	Літак	AllInclusive, Bed&Breakfast, Half Board	–	Трансфер безкоштовно, бронь квитків у музеї за додаткову плату	Бронювання готелів, сплата кредитною картою, тури в кредит.

(Складено за матеріалами [26])

Таблиця 2.2

«Характеристика асортименту турпродуктів Join Up»

Барселона	Екскурсійний	35 000 грн	5 днів	3*	літак	Bed& Breakfast	+	Бронь квитків, трансфер	Сплата кредитною картою
Коста-Брава	Купальнор-пляжний, сімейний	22 600 грн	7 днів	4*	літак	–	–	Бронь квитків, трансфер	Сплата кредитною картою, продаж авіабілетів
Коста-Дауроа	Купальнор-пляжний, сімейний	22 300 грн	7 днів	3*	літак	–	–	Бронь квитків, трансфер	Сплата кредитною картою, продаж авіабілетів
Майорка	Купальнор-пляжний, сімейний	20 000 грн	5 днів	3*	літак	Bed& Breakfast	–	Бронь квитків, трансфер	Сплата кредитною картою, продаж авіабілетів
Тенеріфе	Купальнор-пляжний, сімейний	35 000 грн	3 дні	4*	літак	Full Board	–	Бронь квитків, трансфер	Сплата кредитною картою, продаж авіабілетів
Коста-Бланка	Купальнор-пляжний, сімейний	25 000 грн	5 днів	3*	літак	Bed& Breakfast	–	Бронь квитків, трансфер	Продаж авіабілетів

(Складено за матеріалами [27])

Таблиця 2.3

«Характеристика асортименту турпродуктів Аккорд–тур»

Барселона – Сарагоса – Мадрид – Толедо – Валенсія	Екскурсійний	13500 грн	8 днів	3*	Автобус	полупансіон	+	–	Можуть забронювати квитки до музею, гідів, екскурсію.
Барселона – Мадрид	Екскурсійний	18 600 грн	8 днів	3*	Автобус	полупансіон	+	–	Можуть забронювати квитки до музею, гідів, екскурсію.
Мадрид	Екскурсійний	7 500 грн	5 днів	3*	Автобус	полупансіон	+	–	Можуть забронювати квитки до музею, гідів, екскурсію.
Барселона	Екскурсійний	14 000 грн	8 днів	3*	Автобус	полупансіон	+	–	Можуть забронювати квитки до музею, гідів, екскурсію.
Барселона – Валенсія – Гранада – Севілья	Екскурсійний	14 000 грн	8 днів	3*	Автобус	полупансіон	+	–	Можуть забронювати квитки до музею, гідів, екскурсію.
Барселона – Коста-Брава	Екскурсійний	14 000 грн	8 днів	3*	Автобус	полупансіон	+	–	Можуть забронювати гідів, екскурсію.

(Складено за матеріалами [28])

Таблиця 2.4

«Характеристика асортименту турпродуктів TUI Ukraine

• Барселона,	екскурсійний	40 000 грн	5 днів	3*	літак	Полупансіон	+	Трансфер безкоштовний	Онлайн-бронювання, страховка
• а Ібіц	Купально-пляжний, молодіжний,	36 000 грн	5 днів	3*	літак	НВ: Half board + drinks	+	Трансфер безкоштовний	Онлайн-бронювання, страховка
• Тенеріфе	Купально-пляжний	26 000 грн	5 днів	3*	літак	Bed&Breakfast	–	Трансфер безкоштовний	Онлайн-бронювання, страховка
• Коста-Бланка	Купально-пляжний	31 000 грн	6 днів	3*	літак	Bed&Breakfast	–	Трансфер безкоштовний	Онлайн-бронювання, страховка
• Валенсія	Екскурсійний	31 500 грн	4 дні	4*	літак	Bed&Breakfast	+	Трансфер безкоштовний	Онлайн-бронювання, страховка
• Майорка	Купально-пляжний	30 000 грн	5 днів	3*	літак	НВ: Half Board	–	Трансфер безкоштовний	Онлайн-бронювання, страховка
• Коста Дель Соль	Купально-пляжний	35 000 грн	5 днів	4*	літак	НВ: Half Board	–	Трансфер безкоштовний	Онлайн-бронювання, страховка
• Гранада-Севілья	Екскурсійний	14 000 грн	8 днів	3*	Автобус	полупансіон	+	–	Можуть забронювати квитки до музею, гіда, екскурсію.

(Складено за матеріалами [29])

Отримані результати необхідно проаналізувати щоб виокремити слабкі місця туристичних пропозицій та розуміти, які напрями та послуги не використовує український виробник. Це сформує базові необхідності туру, який має якісно вирізнятися на фоні туристичних пропозицій конкурентів.

Більше того, серед цілей виробництва нового продукту враховується й бажання модернізувати ринок шляхом розвитку турів, які не представлені. Це стосується типу відпочинку, комбінації маршрутів та тривалості подорожі, насиченості програми та додаткових послуг для українських туристів прагнучись відправитись на відпочинок купально-пляжного туризму, або виключно до Іспанії.

Характеризуючи турпродукти обраних туроператорів, варто відзначити, що найпопулярніші напрями – Барселона, Мадрид, Коста-Брава, Майорка, Тенеріфе, вони присутні у кожного, з видів туру переважає купально-пляжний, екскурсійний та молодіжний, який зустрічається тільки в Ібіці. За ціновою політикою найдорожчими вважаються тури «Джоін ап» і «ТУІ», бо вони здебільшого орієнтуються на європейський ринок. Найдешевші тури у «Аккорд-тура», бо він займається організацією автобусних екскурсійних турів, а вартість такої подорожі значно дешевше, ніж подорож по пляжним турам, оскільки ціна ділиться на групу. В середньому тривалість тура 5-7 днів, усі туроператори в якості транспорту використовують літак, окрім «Аккорд-тура», але ціну літака вони не включають у вартість.

Для порівняння пропозицій за основу взяті такі критерії як: центри туризму, вид туру, ціна, тривалість туру, класи готелю, спосіб доставки, тип харчування.

Центри туризму

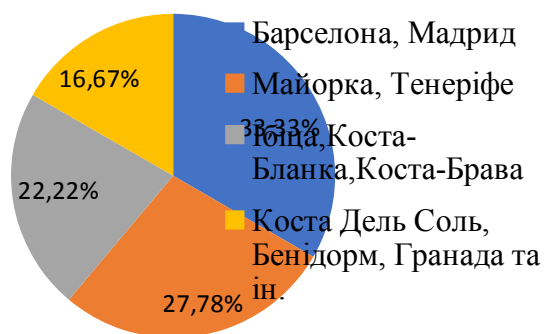


Рис. 1 Центри туризму (Складено автором)

Згідно з даними рис.1. «Центри туризму», варто відзначити, що найпопулярніший напрям серед усіх турів – Барселона, Мадрид бо тут найбільше всього історико-культурних пам'яток, які відносяться до списку ЮНЕСКО. Друге місце займають тури – Майорка і Тенеріфе, це пов'язано з тим, що ці міста найпопулярніші у купально-пляжному туризмі Іспанії. Третє місце – Ібіца, Коста-Бланка, Коста-Брава, вони вважаються одними з найкращих курортів для молоді, оскільки в цих містах усе сформовано для молоді, вечірки, пляжі та ін. На останньому четвертому місці – Коста Дель Соль, Бенідорм, Гранада та ін., вони найбільш відомі серед постійно подорожуючих туристів, для яких розрекламовані тури вже не являються такими цікавими і вони прагнуть чогось більшого.[26,с.31]

Вид туру

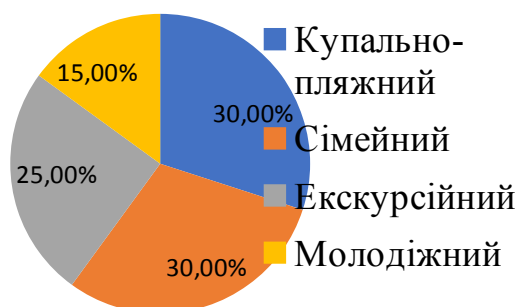


Рис.2 Вид туру (Складено автором)

Аналізуючи рис.2 Види туру, то у всіх туроператорів переважає купально-пляжний, сімейний це пов'язано з тим, що в Іспанії вигідне географічне положення, що обумовлює вихід до Атлантичного океану і Середземного моря, окрім цього популярним вважаються екскурсійний тур, він також є у кожного туроператора, але в меншій кількості, не враховуючи «Аккорд-тур». Бо цей туроператор спрямований на розвиток автобусних турів, тому відрізняється від інших тим, що в ньому найбільше екскурсійних турів. [20,с.18]

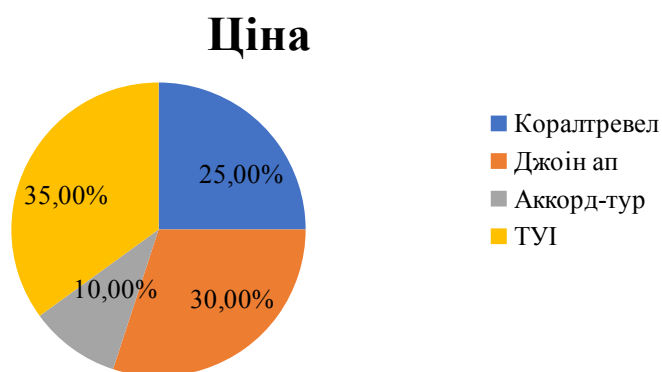


Рис.3 Ціна (Складено автором)

Наступний критерій для порівняння – «ціна». Найдорожчі тури у «ТУ1» і «Джоін ап», а найдешевші у «Аккорд-тур». Це пов'язано з тим, що «ТУ1» орієнтований більше на країни Європи, а ціни «Аккорд-тура» на жителів України, в яких дохід набагато менше, ніж у жителів Європи.

Тривалість туру

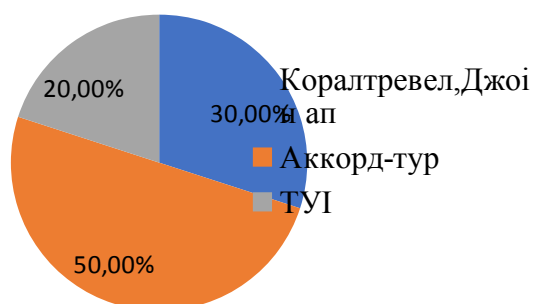


Рис.4 Тривалість туру (Складено автором)

З рис.4 «Тривалість туру» можна сказати наступне, найдовші тури у «Аккорд-тур», через те що подорож здійснюється автобусом, на другому місці тури «Коралтревел» і «Джоін ап», а на третьому «ТУІ». Така кількість днів розрахована згідно з побажаннями туристів, вони визначаються найоптимальніший для себе відпочинок і кількість грошей, які готові заплатити. З цього формується ціна і тривалість туру.

Класи готелю

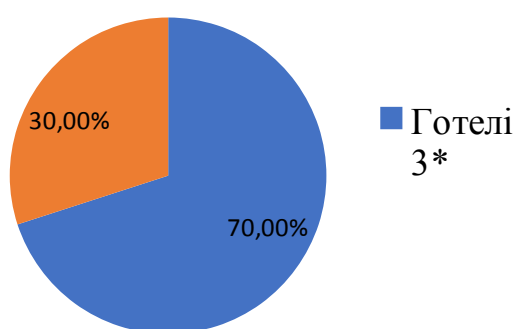


Рис.5 Класи готелю (Складено автором)

Дивлячись на рис. 5 виявилось, що усі туроператори пропонують готелі від 3-4*, а «Аккорд-тур» і зовсім не пропонує 4* готелів, а в інших переважають готелі 3*. Це пов'язано з тим, що туроператори передбачають фінансові доходи туристів і пропонують найбільш оптимальний варіант згідно з їх заробітком. А для туристів з прибутком середнього рівня підійдуть саме тури з проживанням у 3* готелі, який має усі послуги для задоволення його потреб.

Транспорт

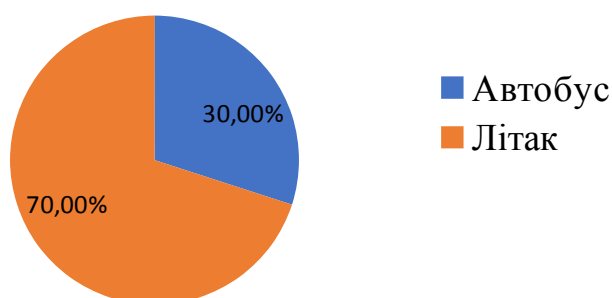


Рис.6 Спосіб доставки (Складено автором)

На рис. 6 із транспорту у всіх туроператорів переважає літак, але винятком є «Аккорд-тур», він у своїх турах пропонує автобус, бо у нього всі тури спрямовані на екскурсійні групи.

Тип харчування

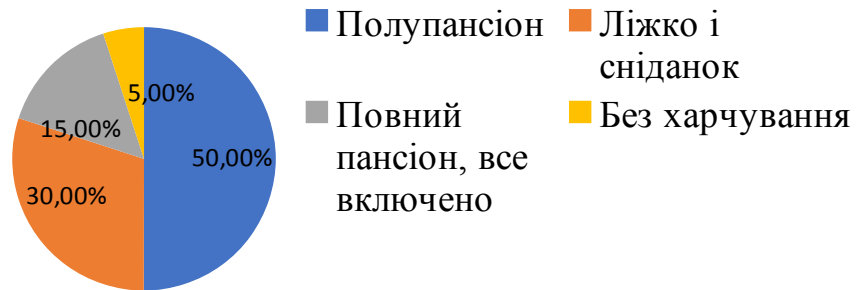


Рис. 7 Тип харчування (Складено автором)

Аналізуючи рис.7 «Тип харчування», то туроператори пропонують полупансіон, повний пансіон, все включено, ліжко і сніданок або зовсім без харчування. Домінує в загальному полупансіон, бо це зручно зранку поснідати у готелі, а потім йти у своїх справах. Повний пансіон, все включено це підходить для тих туристів, які перебувають на одній території від 1 дня, але ніяк не для екскурсійних, котрі постійно у русі і різних містах. Тому в «Аккорд-тура» передбачений тільки полупансіон. У інших туроператорів тип харчування на будь-який смак. Все залежить від того скільки турист готов заплатити за свій комфорт.

Отже, найпопулярніший напрям серед усіх турів – Барселона, Мадрид бо тут найбільше всього історико-культурних пам'яток, які відносяться до списку ЮНЕСКО. У всіх туроператорів переважає купально-пляжний, сімейний турзим, це пов'язано з тим, що в Іспанії вигідне географічне положення, що обумовлює вихід до Атлантичного океану і Середземного моря, окрім цього популярним вважаються екскурсійний тур, він також є у кожного туроператора, але в меншій кількості, не враховуючи «Аккорд-тур». Найдорожчі тури у «ТУІ» і «Джоін ап», а найдешевші у «Аккорд-тур». Це

пов'язано з тим, що «ТУІ» орієнтований більше на країни Європи, а ціни «Аккорд-тура» на жителів України, в яких дохід набагато менше, ніж у жителів Європи. Найдовші тури у «Аккорд-тур», через те що подорож здійснюється автобусом, на другому місці тури «Коралтревел» і «Джоін ап», а на третьому «ТУІ». Така кількість днів розрахована згідно з побажаннями туристів, вони визначають найоптимальніший для себе відпочинок і кількість грошей, які готові заплатити. Усі туроператори пропонують готелі від 3-4*, а «Аккорд-тур» і зовсім не пропонує 4* готелів, а в інших переважають готелі 3*. Це пов'язано з тим, що туроператори передбачають фінансові доходи туристів і пропонують найбільш оптимальний варіант згідно з їх заробітком. Із транспорту у всіх туроператорів переважає літак, але винятком є «Аккорд-тур», він у своїх турах пропонує автобус, бо у нього всі тури спрямовані на екскурсійні групи. Туроператори пропонують полупансіон, повний пансіон, все включено, ліжко і сніданок або зовсім без харчування. Домінує в загальному полупансіон, бо це зручно зранку поснідати у готелі, а потім йти у своїх справах.

2.2 Аналіз відповідності наявного туристичного продукту до потреб цільової аудиторії

Провідним сегментом клієнтів туристичного ринку Іспанії вважається люди, які мають фінансовий дохід вище середнього рівня. Зокрема до такої категорії відносяться молодь (20-25 років), сім'ї (35- 50 років), пенсіонери (50-70 років), а також бізнесмени (25-55 років).

Оскільки найпопулярніші тури у наших туроператорів – екскурсійний, та індивідуальний, то побувати за таким напрямом буде цікаво сім'ям (35-50 років) і пенсіонерам (50-70 років), адже пізнавальна складова Іспанії надзвичайно цікава та різноманітна, що викличе захват у людей цієї вікової категорії. Звісно це може підійти і для молоді, але найбільш цікавими як для молоді (20-25 років), так і сімейних пар (35-25 років) – це купально-пляжний і

молодіжний туризм. Для бізнесменів (25-55 років) можуть підійти як індивідуальний тур, так і діловий.

Отже, аналізуючи турпродукти туроператорів можна сказати, що тури «Корал тревел» і «Аккорд-тура», здебільшого орієнтовані на сімейні пари і людей похилого віку. ТУІ спрямована на молодь (20-25 років) і сімейні пари (25-25 років). «Джоїнап» спрямований на бізнесменів, молодь і сімейні пари.

Проаналізувавши відгуки клієнтів «Коралтревел», можна виявити наступні проблеми[5]:

- відсутність зворотного зв'язку з клієнтом, тобто коли у туристів з'являються якісь питання під час подорожі – їм ніхто не допомагає.

- хамське ставлення до клієнтів – відправили у подорож і забули про них.

- некваліфікований персонал – неякісно оформлюють документи, постійно клієнтам потрібно було повертатися і приносити знов свої дані для оформлення подорожі.

- надання гідів з низькою компетенцією – не достатньо обізнані в своїй сфері, під час екскурсій розповідають нецікаво і багато мовчать.

Відгуки туристів від «Доін ап» сконцентровані на тому, що туроператор не повертає гроші за скасований ним жетур – він пропонують лише перебронювати на інший час [4]

Серед діяльності «Аккорд-тур» знайдені такі проблеми[5]:

- розгубленість персоналу-неякісно оформлюють документи, постійно клієнтам потрібно було повертатися і приносити знов свої дані для оформлення подорожі.

- низький сервіс – комфорт туристів на нижчому рівні, ночують або в поганих готелях без сніданку або у самому автобусі.

- хамське відношення – замість допомоги лише звинувачують

- не повертають гроші за скасований самим туроператором тур

Відгуки туристів від «ТУІ» сконцентровані лише на тому, що туроператор встановлює занадто високі ціни – особливо на екскурсії і готелі.

Отже, аналізуючи відгуки туристів усіх туроператорів найгіршими виявились «Аккорд-тур» і «Коралтревел». Хамське відношення, низький сервіс, низькокваліфікований персонал і сам сервіс це все про них. «Джоін ап» і «ТУІ» мають найменшу кількість скаржливих відгуків, але у них також є свої проблеми. «Джоін ап» не повертають гроші за скасований самим туроператором тур – вони пропонують лише переборонювати на інший час, а ТУІ виставляє занадто високі ціни.

«Проблема розвитку виїзного туризму до Іспанії полягає в типовості пропозиції туристичних операторів України, яка сконцетрована в головних туристичних місцях Іспанії.

Певною мірою безальтернативна, це вирішити може: удосконалення туристичної пропозиції по існуючим напрямкам Коста-Брава, Коста-дель-Маресме, Коста-дель-Гарраф і Коста-Дорада в Каталонії, Коста-Бланка в Валенсії, Коста-дель-Сол і Коста-де-ла-Лус в Андалусії» [36].

Створення продукції в нові напрями, які не представлені на ринку, це можуть бути Коста дель Маресме – курорт в Каталонії, неподалік від Барселони, непомітно переходить в Коста Брава, славиться розвиненою інфраструктурою і пляжами з піском сріблястого відливу. Коста дель Гарраф – теж в Каталонії, в 36 кілометрах від столиці регіону. Коста Каліда – розташовується в провінції Мурсія, тут самі протяжні пляжі з піску. Коста дель Азахар – знаходиться в провінції Кастильон, будучи своєрідним продовженням Коста Дорада.

Наступною проблемою є низький рівень якості послуг, які отримують гості, та невідповідність пропонованого туристичного обслуговування, до реальної картини відпочинку. Цю ситуацію може виправити співпраця виключно з перевіреними закладами готельного та ресторанного обслуговування, представниками екскурсійних послуг та компаній, які надають послуги різноманітних видів активного туризму на основі офіційного договору з чітко охарактеризованими обов'язками виконавців та замовників.

Отже, підсумовуючи усе вище сказане, варто відзначити, що туристичним операторам доцільно модернізувати наявний туристичний продукт та розширювати географію пропонованих курортів для того щоб урізноманітнити власну продукції та привернути увагу більшої частини потенційних споживачів.

2.3 Перспективні напрямки та можливості розвитку виїзного туризму до Іспанії

Національна відповідальність за туризм лежить на Міністерстві промисловості, торгівлі та туризму з 2018 року, яке раніше було під егідою Міністерства енергетики, туризму та цифрової політики. Державний секретаріат з питань туризму продовжує нести відповідальність за визначення, розробку, координацію та реалізацію туристичної політики в межах компетенції центрального уряду, а також за пов'язані з цим інституційні відносини на національному та міжнародному рівнях. Державний секретаріат координує на національному рівні три організації:

Туреспанья, яка є автономним органом при Міністерстві, відповідальним за здійснення міжнародного туристичного маркетингу та просування Іспанії. Він використовує міжнародну мережу з 33 туристичних бюро, які підтримують реалізацію узгодженого маркетингового плану [35].

Paradores de Turismo, публічна компанія, яка управляє державною мережею готелів, більшість закладів розташована в історичних місцях, національних парках або заповідних зонах. Зараз у 97 закладах працює понад 4 000 людей.

Державна організація з управління інноваційними та туристичними технологіями (SEGITTUR), орган державного сектору, відповідальний за розробку нових технологій в туристичній галузі Іспанії, як у державному, так і в приватному секторах. Він досліджує та управляє технологіями, знаннями та інноваціями для підвищення конкурентоспроможності, якості та стійкості всіх аспектів туризму [36].

Механізми координації між центральною та регіональною адміністраціями також важливі, враховуючи масштаби туристичної економіки. 17 автономних областей відповідають за регулювання та сприяння розвитку туризму на своїх територіях. Суб'єкти місцевого рівня, такі як провінції та муніципалітети, керують своїми туристичними інтересами головним чином з точки зору просування та розповсюдження інформації про відвідувачів.

Загальний бюджет Державного секретаріату з питань туризму на 2020 рік склав 336 млн. Євро. Крім того, 17 автономних областей та інші органи також вносять значний внесок у загальні витрати на туризм.

Туристична політика в Іспанії рухає іспанську туристичну модель до принципів сталості, інновацій та знань. Основна мета - розробити розумний та спеціалізований високоякісний продукт, придатний для цифрової ери. Стійкість означає більші доходи та прибуток, поліпшення якості досвіду, зменшення сезонності та більш ефективного використання ресурсів. Стійкий та інклюзивний розвиток туризму вимагає більшої інновації у використанні великих даних, оцифровці та розумних напрямках туризму [36].

Нещодавно Іспанія розпочала підготовку нової Стратегії сталого туризму на 2030 рік. Метою є перетворення іспанського туризму на модель як стійкого, так і сталого зростання, щоб зберегти провідні позиції країни в галузі туризму, одночасно захищаючи активи, від яких залежить цей сектор.

Стратегія сприятиме досягненню цілей сталого розвитку ООН та відповідатиме середньо- та довгостроковим викликам сталого туризму з точки зору соціально-економічних, екологічних та територіальних наслідків.

Стратегія пропонує, щоб зростання туризму базувалося на наступних п'яти принципах:

Соціально-економічне зростання – включаючи як спрямованість на підвищення прибутковості бізнесу, так і на справедливий розподіл багатства, в той же час гарантуючи більшу стійкість, заохочуючи як комерційний сектор, так і напрямки до змін та адаптації.

Захист ресурсів – створення основи для збереження цінної спадщини, задоволення потреби в екологічному вдосконаленні та просування основних екологічних цінностей як частини туристичного досвіду.

Соціальна вигода – безпосередньо сприяючи великим викликам іспанського суспільства, таким як зростаюча депопуляція сільських територій та нерівність, туризм буде керуватися як двигун економічного та соціального розвитку з вигодами та тягарями, розподіленими більш справедливо.

Широка участь та залучення – оскільки туризм є наскрізним сектором, що включає багато зацікавлених сторін, будуть розроблені механізми забезпечення надійного управління між адміністраціями на всіх рівнях разом із туристичною галуззю.

Постійне пристосування – стратегія стосується не лише зростання та вдосконалення, але також зосереджена на підтримці сектору спроможності реагувати на надзвичайно динамічне середовище, проілюстроване новими та новими бізнес-моделями, зміною мотивації споживачів та посиленням конкуренції.

Цифровізація та модернізація всіх різних елементів сектору є пріоритетним завданням у роботі над розвитком розумних туристичних напрямків, що контролюється компанією SEGITTUR, яка очолює проект «Розумні туристичні напрямки». Це має на меті покращити позицію Іспанії як провідного світового туристичного напрямку, шукаючи нових механізмів для стимулювання інновацій у напрямках шляхом впровадження інформаційно-комунікаційних технологій з метою створення різних та висококонкурентних послуг [32].

Висновки до РОЗДІЛУ 2

У всіх туроператорів переважає купально-пляжний, сімейний це пов'язано з тим, що в Іспанії вигідне географічне положення, що обумовлює вихід до Атлантичного океану і Середземного моря, окрім цього популярним

вважаються екскурсійний тур, він також є у кожного туроператора, але в меншій кількості, не враховуючи «Аккорд-тур».

Найдорожчі тури у «ТУІ» і «Джоін ап», а найдешевші у «Аккорд-тур». Це пов'язано з тим, що «ТУІ» орієнтований більше на країни Європи, а ціни «Аккорд-тура» на жителів України, в яких дохід набагато менше, ніж у жителів Європи. Найдовші тури у «Аккорд-тур», через те що подорож здійснюється автобусом, на другому місці тури «Коралтревел» і «Джоін ап», а на третьому «ТУІ». Така кількість днів розрахована згідно з побажаннями туристів, вони визначаються найоптимальніший для себе відпочинок і кількість грошей, які готові заплатити.

Усі туроператори пропонують готелі від 3-4*, а «Аккорд-тур» і зовсім не пропонує 4* готелів, а в інших переважають готелі 3*. Це пов'язано з тим, що туроператори передбачають фінансові доходи туристів і пропонують найбільш оптимальний варіант згідно з їх заробітком. Із транспорту у всіх туроператорів переважає літак, але винятком є «Аккорд-тур», він у своїх турах пропонує автобус, бо у нього всі тури спрямовані на екскурсійні групи. Туроператори пропонують полупансіон, повний пансіон, все включено, ліжко і сніданок або зовсім без харчування. Домінує в загалому полупансіон, бо це зручно зранку поснідати у готелі, а потім йти у своїх справах.

Аналізуючи відгуки туристів усіх туроператорів найгіршими виявились «Аккорд-тур» і «Коралтревел». Хамське відношення, низький сервіс, низькокваліфікований персонал і сам сервіс це все про них. «Джоін ап» і «ТУІ» мають найменшу кількість скаргливих відгукі, але у них також є свої проблеми. «Джоін ап» не повертають гроші за скасований самим туроператором тур – вони пропонують лише перебронювати на інший час, а ТУІ виставляє занадто високі ціни.

Туристичним операторам доцільно модернізувати наявний туристичний продукт та розширювати географію пропонованих курортів для

того щоб урізноманітнити власну продукції та привернути увагу більшої частини потенційних споживачів.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА КУПАЛЬНО-ПЛЯЖНОГО ТУРУ ДО ІСПАНІЇ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ТУРИСТІВ

3.1. Програма проєкту купально-пляжного туру до Іспанії

Актуальність розробки туристичного продукту спрямованого до Іспанії полягає в тому, що наразі на українському ринку туристичних послуг представлені виключно ключові міста відпочинку, які частіше всього компонується не задовільняючи потреби туристів, а саме занадтно насичена програма, без можливості відпочинку на узбережжі або ж навпаки весь час витрачається на перебування в місці, а відвідування пляжів представлене виключно у вигляді трекінгових маршрутів.

Через це актуалізується створення продукту, який дасть змогу туристам отримати якісний відпочинок на курортах Іспанії та зможе показати головні туристичні локації, не забираючи на це всі сили та час туристів.

Цільовою аудиторією є сімейні пари, які подорожують разом або з дітьми віком 30-55 років та мають рівень доходу середній та вище.

Назва туру «Детокс по-іспанськи». Особливості туру пов'язані з його програмою та тривалістю. Програма враховує відвідування кількох міст Іспанії, які є центрами культурно-пізнавального та купально-пляжного туризму і триває 15 днів. Завдяки цьому туристи зможуть вдало поєднати курортний відпочинок з вивченням іспанської культури та традицій.

Тур враховує традиційну сезонність відпочинку в Іспанії, оскільки в сучасних умовах проводити купально-пляжні тури з України до Іспанії протягом року нераціонально, це обумовлено кількома причинами, серед яких і пріоритетність відпусток українців, переважна більшість влітку, так і перенасиченість зимових пропозицій курортного відпочинку до країн Середземномор'я. Маршрут туру: Барселона – Мадрид – Толедо – Севілья – Коста дель Соль – Севілья – Гранада – Валенсія – Барселона. Програма туру представлена в Таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Програма туру

День	Заходи
День 1	Прибуття в Барселону. Заселення в готель «Union Barcelona 4» Вільний час.
День 2	Сніданок. Оглядова екскурсія Барселоною. Трансфер в Мадрид, оглядова екскурсія сусідніми містами та заселення в готель «V&V Hotel Madrid Centro Puerta del Sol».
День 3	Сніданок. Оглядова екскурсія містом групою Авторська екскурсія по музеям Мадриду, вільний час.
День 4	Сніданок. Авторська екскурсія в місто спадщини Юнеско під назвою Толедо. Переїзд до Севільї «Ayre Hotel Sevilla 4». Вільний час.
День 5	Сніданок. Оглядова екскурсія по Севільї. Авторські екскурсії на вибір по місцям історичної спадщини. Ввечері переїзд до Коста дель Соль. Вечеря.
День 6	Сніданок. Відпочинок в «Estival Torrequebrada 4».
День 7	Сніданок. Відпочинок в «Estival Torrequebrada 4».
День 8	Сніданок. Відпочинок в «Estival Torrequebrada 4».
День 9	Сніданок. Відпочинок в «Estival Torrequebrada 4».
День 10	Сніданок. Відпочинок в «Estival Torrequebrada 4».
День 11	Сніданок. Відпочинок в «Estival Torrequebrada 4».
День 12	Сніданок. Трансфер в Севілью. Ніч в готелі «Ayre Hotel Sevilla 4».
День 13	Сніданок. Оглядова Екскурсія Гранадою, вільний час та переїзд до Валенсії.
День 14	Сніданок. Оглядова екскурсія Валенсією. Заселення в готель Барселони «Union Barcelona 4».
День 15	Сніданок. Груповий трансфер в аеропорт.

Технологічна карта

Вид маршруту – кільцевий.

Протяжність маршруту (км) –2580км.

Тривалість подорожі (діб) – 15 днів/ 14 ночі.

Кількість туристичних груп – 1 група в місяць.

Кількість туристів у одній групі – 17 людей.

Всього туристів на маршруті – 17 туристів в місяць, за сезон 150

Графік туру представлений в Таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Графік туристичної подорожі за маршрутом

Місяць	К-ість туристів в місяць	Графік заїздів туристичних груп за місяцями	Кількість груп в місяць
Травень	17	01-15 травня,	1
Червень	17	01-15 червня,	1
Липень	17	01-15 липня,	1
Серпень	17	01-15 серпня	1

Розрахунки рентабельності та калькуляції витрат на створення туру представлені в Таблиці 3.3, Таблиці 3.4, Таблиці 3.5, Таблиці 3.6.

Таблиця 3.3

Розрахунок вартості рентабельності туру

№ п/п	Начислення на тур прямих та перемінних витрат	Вартість, грн	Вичислення
1.	Проживання за 1 добу в готелі «Union Barcelona 4», Барселона	3200	
2.	Кількість днів/ночей, 2 дні/ 2 ніч	6400	$3200 \times 2 = 6400$

Продовження таблиці 3.3

3.	Проживання в готелі «B&B Hotel Madrid Centro Puerta del Sol» за 1 добу, Мадрид	2300	
4.	Кількість днів/ночей, 2 дні/ 2 ніч	4600	$2300 \times 2 = 4600$
5.	Проживання в готелі	3000	

	«Ayre Hotel Sevilla 4» за 1 добу, Севілья		
6.	Кількість днів/ночей, 2 день/ 3 ніч	9000	$3000 \times 3 = 9000$
7.	Проживання в готелі «Estival Torrequebrada 4» за 1 добу, Коста дель Соль	2500	
8.	Кількість днів/ночей, 7 день/ 8 ніч	20000	$2500 \times 8 = 20000$
7.	Перевезення по маршруту	9410	$159970 / 17 = 9410$
8.	Експерсії	2200	
9.	Вартість страховки	500	
10.	Витрати на їда або керівника групи	1360	$(3200 + 2300 + 3000 + 2500 + 9410 + 2200 + 500) / 17 = 1360$
11.	Собівартість туру	53470	
12.	Послуги фірми	1500	
13.	ПДВ з послуг фірми	300	
14.	Послуги фірми з ПДВ	1800	
15.	Ціна туру	55270	

В результаті проведених розрахунків було отримані наступні дані: загальна ціна туру складає 55270 грн за 15 днів відпочинку, з них послуги фірми 1500 грн, разом з ПДВ 1800 грн, собівартість туру 53470 грн.

Необхідно розрахувати витрати на туристичний пакет створеного туру, для цього потрібно визначити постійні та пермінні витрати.

Постійними витратами є перевезення по маршруту, експерсії та витрати на керівника туристичної групи.

Таблиця 3.4

Калькуляція витрат на турпакет

№п/п	Стаття витрат	1 особа з 17	17 осіб	9 осіб з 17
1.	Проживання	40000	680000	340000
2.	Перевезення по маршруту	159970	159970	159970
3.	Експерсії	2200	2200	2200
4.	Страховка	500	8500	4250

5.	Витрати на керівника	1360	1360	1360
Всього		53470	852030	427795

$Z_{\text{пос}} = 159970 + 2200 + 1360 = 163530$ грн.

$Z_{\text{од. пер}} = 40000 + 500 = 40500$ грн.

$Q_6 = Z_{\text{пост}} / (Ц - Z_{\text{од. пер}}) = 163530 / (55270 - 40500) = 11$ турів

Таблиця 3.5

Калькуляція туру

№ п/п	Стаття витрат	Сумма, грн.
1.	Пов'язані з організацією туру (собівартість)	53470
2.	Дохід, в тому числі дві точки	1800
3.	Фонд оплати праці, в тому числі 35%	504
4.	ПДВ 18%	360
5.	Начислення на з/п, 37,2%	535,68
6.	Накладні витрати, 16 %	230,4
7.	Послуги банку, 0,5%	7,2
8.	Прибуток	122,04
9.	Податок на прибуток, 25%	40,68
Всього:		16570

Таблиця 3.6

Прогнозний баланс на сезон (3 місяці – 1 група по 17 людей)

Прихід	Сума, грн	Розхід	Сума, грн.
Собівартість	1720900	Витрати на організацію туру	1720900
		ПДВ, 18%	37
		Фонд оплати праці, 35%	51,5
		Начислення на з/п, 37,2%	54639
		Накладні витрати, 16%	23500,8
		Послуги банку, 0,5%	734,4
		Всього:	491606,7
Чистий прибуток	130800		

«У Барселоні туристи матимуть можливість розміститися у готелі «Union Barcelona 4». Готель має 4 зірки, широкий номерний фонд, вдале

розташування та включений у вартість сніданок. До послуг гостей басейн на даху, сонячна тераса та тренажерний зал із приголомшливим видом на місто та море. Відстань до конференц-центру ССІВ становить 2 км. Надається безкоштовний Wi-Fi.

Усі стильні номери готелю Punion Barcelona вирізняються сучасним декором та дерев'яною підлогою. Вони оснащені кондиціонером, робочим столом, телевізором з плоским екраном та великою окремою ванною кімнатою з феном і безкоштовними туалетно-косметичними засобами. Також до послуг гостей сейф та міні-бар. Усі покращені номери мають мебльовану терасу з видом на місто або море» [33].

Цей готель офіційно пристосований для гостей з обмеженими фізичними можливостями, доступні номери доступні за запитом, а також для людей із вадами слуху та зору.

У ресторані готелю Punion Barcelona пропонують сніданок, а також страви по меню або комплексне меню. Також до послуг гостей снєк-бар та обслуговування номерів. Додаткове меню доступне для гостей з особливими дієтичними потребами.

««B&B Hotel Madrid Centro Puerta del Sol», який буде приймати туристів у Мадриді має вдале розміщення. До послуг гостей номери з кондиціонером і безкоштовний Wi-Fi у всьому помешканні» [34].

««Auge Hotel Sevilla 4» в Севільї пропонує гостям відкритий басейн, тренажерний зал і безкоштовний Wi-Fi. Номери класичного стилю. Кожного ранку на сніданок «шведський стіл»» [35].

««Estival Torrequebrada 4» Коста дель Соль знаходиться в тихій курортній зоні, на березі моря. Номерний фонд представлений стандартними номери, а також клас напівлюкс, відкритий та критий басейни, тренажерний зал, масажний кабінет, сауна, джакузі, салон краси, перукарня, послуги няні; теннісні корти, гольф; кафе, бар, ресторани, шоу-програми; конференц-зал, торговий центр, бутик сувенірів, прачечная, магазин, багажна кімната, аренда машин, автостоянка. В номерах ванна кімната, балкон або тераса,

кондиціонер, телевізор, телефон, радіо, міні-бар, сейф. Сніданок включений у вартість та подається у вигляді «шведського столу» [36].

Транспортне обслуговування туру з аеропорту, поміж містами та в аеропорт буде здійснюватись комфортабельним мікроавтобусом Mercedes Sprinter.

3.2 Вибір засобів просування туру

Туристична індустрія відрізняється від інших унікальністю продукту, який являє собою послуги, місце, які створюють спогади та надають можливість відпочити. Щоб досягти успіху, просування туру має створювати необхідний позитивний інтерес у аудиторії широкого масштабу.

Для цього може використовуватися туристичне партнерство. Партнерські стосунки допомагають охопити ширшу аудиторію при просуванні туризму для пункту призначення.

З цього випливає, що для просування туру буде обрана співпраця з підприємствами туристичного спрямування, які працюють у іншому сегменті туризму, та підприємствах, які займаються оформленням віз.

Туристичні виставки надають можливість показати власний туристичний продукт, просувати його серед потенційних партнерів та місць концентрації потенційних споживачів.

«Виставки об'єднують усі аспекти туристичної галузі в одному місці і дають час для зустрічей, взаємодії та укладання нових угод. Вони також привертають увагу ЗМІ, відвідувачів громадськості та, якщо вони досить великі, національні туристичні агенції та їх мільйони клієнтів» [11].

«Рекламні заходи та роздачі, які пов'язують із вашим пунктом призначення та створюють рівень престижу для бренду. Спонсорство доступне у всіх формах та розмірах – від місцевих парадів до національних подій, кожна з яких має свою цільову аудиторію та кожна з певним набором переваг» [11].

Залучення соціальних медіа, блогів та відео в Інтернеті дозволяє напрямкам зв'язуватися з цільовим ринком, використовуючи бренди, які вже любить кінцевий споживач.

В створеному турі будуть застосовані наступні:

1. Цінове стимулювання (продаж за зниженими цінами, пільгові купони, талони, право на знижку).

2. Активна пропозиція – конкурси покупців, ігри, лотереї – є методом стимулювання збуту, який вимагає активної і вибіркової участі споживача.

PR та зв'язки з громадськістю налагоджуються для надання турфірмі та її турпродуктам популярності. Вони будуть налагоджуватися за рахунок друкованої продукції (буклетів, рекламних банерів) та співпраці з локальними ЗМІ та виданнями туристичного спрямування.

Реклама туристичного продукту спрямована на те щоб донести інформацію про існування туру та його особливості до потенційного споживача, вона буде розрахована на зацікавлених людей шляхом створення рекламної компанії в Інтернеті, серед користувачів сайту туристичного підприємства реалізатора продукту, також розсилка на поштову скриньку пропозиції до існуючих клієнтів підприємства, також розглядається співпраця з блогерами туристичного спрямування за рахунок розміщення інформації про тур в їх блогах.

3.3 Оцінка привабливості туру

Для того щоб оцінити відповідність потребам цільової аудиторії створений тур було створено та проведено анкетування потенційних споживачі, всього взяло участь 100 осіб, віком 30-55 років, різної статі.

Були задані питання, які враховували оцінку задоволеності потреб туристів.

Питання анкети:

1. Вкажіть свій вік?
2. Вкажіть свою стать?

3. Чи цікавить Вас представлений вид туризму?
4. Чи підходить для вас сезонність пропонованого туру?
5. Чи влаштовує Вас вартість?
6. Чи підходить Вам наявна розважальна програма?
7. Чого не вистачає в запропонованому турі?
8. Що потрібно покращити в запропонованому турі?

В результаті анкетування були отримані наступні результати: середній вік 100 людей, які були анкетовані склав 42,3 роки. Чоловіків 35%, жінок 65%.

Привабливим для себе тур обрали 95% туристів, в графі коментар свій вибір люди пояснювали так, що запропоновані міста, країна, тип відпочинку та програма переміщень для вилядає привабливою, про те, для 5% відповіли негативно, мотивуючи це тим, що 15-денний відпочинок для них занадто довгий або ж вони любляють зимові види відпочинку. Отримані результати привабливості є високими та позитивно характеризують створений туристичний продукт.

Щодо вартості туру 90% опитаних вказали відповідь «Так», мотивуючи це тим, що для курортної Іспанії на 15-днів в хороших готелях та екскурсіями, які додані до загальної вартості, ціна тура – об'єктивна.

На питання «Чи підходить Вам наявна розважальна програма?» більшість туристів відповіли «Так», а саме 85%, інші 15% вказали, що окрім розважальної програми в готельному комплексі на узбережжі моря, хотіли б додати відвідування нічних клубів в найбільших містах Іспанії та екстремальний спорт.

В результаті опитування щодо того «Чого не вистачає в запропонованому турі?» 90% відповіли, що все влаштовує, 10% виявили бажання розширити програму відпочинку, про те, за умови збереження наявної ціни, яка враховуючи характеристику туру їх влаштовує.

Питання «Що потрібно покращити в запропонованому турі?» стосувалося необхідності змін та коригування деталей існуючої пропозиції і

тут думки опитаних людей об'єдналися навколо відповіді: все влаштовує або нічого.

Висновки до РОЗДІЛУ 3

Було розроблено туристичний продукт купально-пляжного спрямування з України до Іспанія. Назва туру «Детокс по-іспанськи», тривалість 15 днів, подорож включає в себе відвідування одного з найцікавіших в архітектурному плані та за кількістю всесвітньовідомих об'єктів туризму – Барселони, Мадриду, Толедо, Севільї, курортного регіону Коста дель Соль, Гранади та Валенсії.

Розміщення туристів передбачене в комфортабельних готелях: «Union Barcelona 4» в Барселоні, «B&B Hotel Madrid Centro Puerta del Sol», «Ayre Hotel Sevilla 4» в Севільї та «Estival Torrequebrada 4» Коста дель Соль.

Точка беззбитковості туру – 11 поїздок, окрім цього загальна вартість туру з урахуванням послуг туристичного підприємства та ПДВ, в розрахунку на одного туриста складає 55270 грн.

Просування туру відбуватиметься за рахунок реклами соціальних мережах та співпраці з інфлюенсерами, які в соціальних мережах діляться зі своєю аудиторією порадами щодо відпочинку. Співпраця з партнерами, які займаються туристичною діяльністю, але не працюють з турами купально-пляжного спрямування.

ВИСНОВКИ

Туризм для Іспанії є третьою статтею економіки після промислового та фінансового сектору. Це характеризує значний вплив туристичної сфери на соціально-економічні процеси в середині країни. І підставою для цього є велика кількість розвинених місць відпочинку та видів туризму в країні, які користуються попитом у всьому світі.

Було проаналізовано купально пляжні ресурси Іспанії та виокремлено, що найпопулярніші місця для цього виду відпочинку розміщені на узбережжі материкової частини країни зі сторони Середземного моря: Коста-Браво, Коста-Даурада, Коста-дель-Маресме.

Також ключовими регіонами та містами літнього відпочинку є Коста-Бланка, Коста-дель-Азахар, Коста-Каліда, Мар-Менор, Коста-де-Альмерія, Коста-тропік, Коста-дель-Соль та Коста-де-ла-Лус.

Було досліджено розвиток в'їзного туризму до Іспанії, який щорічно зростає на кілька мільйонів і вже в 2019 році досяг позначки 83,7 млн. туристів, переважна більшість яких з Великої Британії, Франції, США, країн Бенілюксу. Найпопулярніші міста Барселона та Мадрид, вони приваблюють туристів своєю незвичною архітектурою та багатою історією, окрім цього ці міста користуються великою популярністю серед футбольних фанатів у всьому світі.

Були охарактеризовані особливості організації туристичної діяльності в період пандемії в Іспанії, які в 2020 році пом'якшувалися тільки в літку, в інший час був введений жорсткий локдаун по всі території країни. Про те, починаючи з травня 2021 року умови в'їзду для іноземців до Іспанія стали пом'якшуватися. Громадяни інших країн, які пройшли всі етапи вакцинації можуть без проблем відвідувати країн. Для туристів з України необхідно заповнити форму медичного контролю HCF, яка створюється на веб-сайті або в спеціальному додатку Spain Travel Health, який створює відповідний QR-код, який туристи показують на контролі після прибуття до країни.

Був проведений аналіз ринку туристичних послуг виїзного туризму України до Іспанії. В результаті аналізу були виокремлені найпопулярніші напрями відпочинку: курортний, сімейний, які в свою чергу поєднуються з культурно-пізнавальним туризмом. У туристичного оператора «Аккорд-тур» тури пропонуються екскурсійні тури.

Якщо характеризувати за ціновим діапазоном то найдорожчі тури представлені у туристичних операторів «ТУІ» та «Джоін ап», за нижчою ціною реалізуються тури в «Аккорд-тур». Це пов'язане з видом обраного транспорту зірковістю готелів та додатковими послугами, які туристичні оператори додали до власних турів.

Це пов'язано з тим, що «ТУІ» орієнтований більше на країни Європи, а ціни «Аккорд-тура» на жителів України, в яких дохід набагато менше, ніж у жителів Європи. Найдовші тури у «Аккорд-тур», через те що подорож здійснюється автобусом, на другому місці тури «Коралтревел» і «Джоін ап», а на третьому «ТУІ». Така кількість днів розрахована згідно з побажаннями туристів, вони визначаються найоптимальніший для себе відпочинок і кількість грошей, які готові заплатити.

Зірковість готелів, які пропонуються українським туристам в пакетах послуг операторів знаходиться в межах 3 та 4 зірок. Це пов'язано з необхідністю створення продукту, який буде відповідати фінансовим можливостям українських туристів.

Серед транспорту більшість перевезень відбувається літаком, окрім пропозицій «Аккорд-тур», які представлені у вигляді автобусних турів. Режим харчування українські туроператори зазвичай обирають серед сніданку та напівпансіону. Такб були проаналізовані відгуки клієнтів щодо роботи туристичних фірм і проблеми стосувалися якості кадрів, обслуговування в готелях, персонал готелів, відсутність обіцяних зручностей.

Було розроблену купально-пляжний авторський тур до Іспанії, тривалість 15 днів, який поєднував можливість переглянути головні туристичні принади Іспанії й при цьому зберегти час для відпочинку поблизу

моря. Окрім, цього готелі підібрані для розміщення туристів оснащені басейнами, завдяки цьому туристи будуть налаштовані на відпочинок протягом всього терміну.

Тур включає в себе відвідування: Барселони, Мадриду, Севільї, Толедо, Гранади, Валенсії та відпочинок на березі моря в курортному регіоні Коста дель Соль.

Для просування створеного туристичного продукту обраний персональний продаж, просування за рахунок співпраці з іншими суб'єктами туристичної діяльності та інтернет-маркетинг. Інформація про тур буде висвітлюватися в соціальних-мережах, веб-сайті, завдяки налаштованій таргетованій рекламі.

Окрім цього, передбачена співпраця з блогерами, діяльність яких поєднана з туризмом, а серед підписників сконцентрована значна частина потенційної цільової аудиторії туру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алешугіна Н. О. Туристичне країнознавство у таблицях і схемах: навч. посіб. Ніжин: Лисенко М. М., 2011. 386 с.
2. Афанасьєв О. Є. Оцінка забезпеченості рекреаційно-туристськими ресурсами адміністративно-територіальних одиниць Королівства Іспанія // Дніпропетровський національний ун-т. Вісник ДІТБ. 2007. № 11. 127 с.
3. Безуглий В. В. Економічна і соціальна географія зарубіжних країн : навч. посіб. Київ : ВЦ «Академія», 2007. 704 с.
4. Бейдик О.О. Рекреаційна географія : навч.-метод, комплекс дисципліни. Київ: Обрії, 2007. 316 с.
5. Відгуки «Джоін ап» URL: <https://toneto.net/catalog/turisticheskie-firmy---aviakompanii/Join-up-Poltavskaya-9> (Дата звернення:21.04.2021).
6. Відгуки «ТУІ» URL: https://otzovik.com/reviews/turoperator_tui/ (Дата звернення:21.04.2021).
7. Відгуки «Аккордтур».URL:https://otzovik.com/reviews/turoperator_akkord_tur/2/ (Дата звернення:21.04.2021).
8. Відгуки «Коралтревел» URL :https://otzovik.com/reviews/turoperator_coral_travel/3/ (Дата звернення:21.04.2021).
9. Грицку-Андрієш Ю. П. Фестивальний туризм у системі рекреаційно-туристської діяльності // Науковий вісник Чернівецького університету. 2010. Вип. 519-520. 60 с.
10. Довгань Г.Д., А.Й. Сиротенко, Стадник О.Г. Країнознавство: Довідник. Харків.: Веста, 2012. 480 с.
11. Зовнішньоекономічна діяльність Іспанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.geograf.com.ua/spain/531-spain-zed>. (Дата звернення:21.04.2021).
12. Іспанія в Європейському Союзі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries/spain_en. (Дата звернення:21.04.2021).

13. Кількість туристів, що відвідали Іспанію з 2006 по 2016 рік (у мільйонах) URL : <https://www.statista.com/statistics/413223/number-of-arrivals-spent-in-short-stay-accommodation-in-spain/> (Дата звернення 10.05.2021).
14. Масляк П. О. Рекреаційна географія : навч. посіб. / П. О. Масляк. – Київ : Знання, 2018. 343 с.
15. Об'єкти всесвітньої спадщини ЮНЕСКО URL: <http://www.placename.ru/page-id-337.html> (Дата звернення: 21.04.2020)
16. Офіційний сайт туристичного оператора «Аккорд-тур» URL: <https://www.accordtour.com> (Дата звернення: 21.04.2021).
17. Офіційний сайт туристичного оператора «Джоін ап» URL: <https://joinup.ua> (Дата звернення: 21.04.2021).
18. Офіційний сайт туристичного оператора «Коралтревел» URL: <https://www.coraltravel.ua> (Дата звернення: 21.04.2021).
19. Офіційний сайт туристичного оператора «ТУІ» URL: <https://www.tui.ua> (Дата звернення: 21.04.2021).
20. Ігнат'єв П. М., Кривонос Р. А. Рекреаційні ресурси Західної Європи. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ: Знання, 2012. 439 с.
21. Портал Європейського Союзу URL: <http://europa.eu>. (Дата звернення: 21.04.2021).
22. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні: Закон України від 23.03.2004 р. № 1659-V // Офіційний вісник України. 2004. № 15. Ст. 1028, 1029.
23. Про туризм: Закон України від 18.11.2003 р. №1282 – IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 09.05.2021).
24. Пустиннікова І. С. Середньовічні замки Європи. Ілюстрована енциклопедія. Харків: Мікко-Сервіс, 2010. 160 с.

25. Тури «Джоін ап» URL: https://joinup.ua/poisk-tura-full/?country=5&town=kyiv&date_from=25.04.2020&nights_from=3&adult=2&children=0 (Дата звернення:21.04.2021).
26. Тури «Коралтревел» URL: <https://www.coraltravel.ua/search?> (Дата звернення:21.04.2021).
27. Тури «Аккордтур». URL: <https://www.accordtour.com/ispaniya> (Дата звернення:21.04.2021).
28. Тури «ТУІ» URL: <https://www.tui.ua/search> (Дата звернення:21.04.2021)
29. Українсько-іспанське співробітництво URL: <http://www.spain.com.ua>. (Дата звернення: 01.06.2021).
30. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія : навч. посіб. / Н. В. Фоменко – Київ : Центр навч. літ., 2014. 312 с.
31. Чалий В. П. Українсько-іспанський діалог URL: <http://www.gazumkov.org.ua/> (Дата звернення:21.04.2021).
32. Готель Ilunion Barcelona URL:https://www.tripadvisor.ua/Hotel_Review-g187497-d1048732-Reviews-Ilunion_Barcelona-Barcelona_Catalonia.html (Дата звернення:21.04.2021).
33. Готель «B&B Hotel Madrid Centro Puerta del Sol» URL: <https://www.ayrehoteles.com/hoteles/ayre-hotel-sevilla/> (Дата звернення:21.04.2021).
34. Готель «Ayre Hotel Sevilla 4» URL: <https://www.hotel-bb.com/en/hotel/madrid-puerta-del-sol> (Дата звернення:21.04.2021).
35. Готель «Estival Torrequebrada 4» URL: https://www.tripadvisor.ua/Hotel_Review-g562812-d238614-Reviews-Hotel_Estival_Torrequebrada_Benalmadena_Costa_del_Sol_Province_of_Malaga_Andalucia.html (Дата звернення:21.04.2021).
36. European Union: Spain URL: https://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries/spain_en. (Дата звернення: 01.06.2021).

37. Instituto Nacional de Estadística: Education and culture. URL: <http://www.ine.es/dyngs/INEbase/en/categoria> (Дата звернення: 01.06.2021).
38. Pandemic in Spain URL: <https://ourworldindata.org/coronavirus/country/spain> (Дата звернення: 01.06.2021).
39. Raul de-Arriba. Global tourism, competitiveness and economic policy in Spain / Raul de-Arriba // Актуал. пробл. економіки. 2011. № 12. 356 с.
40. Roger W. Barcelona & Catalonia / Roger Williams. – London: Dorling Kindersley, 2005. 180 с.
41. Spain – International trade URL: <http://www.nationsencyclopedia.com/economies/Europe/Spain>. (Дата звернення: 01.06.2021).
42. World Trade Organization. Spain and the WTO: member information. URL: https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/spain_e.htm. (Дата звернення: 01.06.2021).
43. WTO: Spain – Member information URL: https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/spain_e.htm. (Дата звернення: 01.06.2021).