

4. Герасименко В. Майстер-клас флорентійської гостинності для українських студентів. - /В. Герасименко //Український туристичний вісник. - №3-4, 2005. - С.22.
5. Любіцева О.О. та ін.. Туристичне країнознавство: країни лідери туризму. Навчальний посібник /О. О. Любіцева та ін.. - К.: Альтерпрес, 2008. - С.195-212.
6. Новості турбізнеса: портал для професіоналов «Новості турбізнеса» - Режим доступу: novosti-turbiznesa.info.
7. Нохріна Л.А., Кравець О.М. Фундаментальна професійна освіта як чинник сталого розвитку туризму в Україні /Л.А. Нохріна, О.М. Кравець //Вісник Льв. Ін-ту економіки і туризму. - Львів: ЛІЕТ, 2006. - №1. - С.214-216..
8. Стеченко Д.М. Передумови і напрямки формування туристичного ринку України //Туризм: теорія і практика. - 2005. - №1. - С.5-11.
9. Уварова Г.Ш.. Туристське країнознавство. Навчальний посібник /Г.Ш. Уварова. - К.: НАУ-друк, 2009. - С.34-42.
10. World Tourism Organization [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.world-tourism.org

УДК 379.85 (460)

Романенко О.В.

ДОСЛІДЖЕННЯ ГОСТИННОСТІ СУЧАСНОЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ КРАЇНИ ІСПАНІЇ

При використанні теоретичних методів дослідження була спроба проаналізувати причинно-наслідкову сукупність взаємодії в сучасній Іспанії гостинності, готельної індустрії та професіоналізму, як можливої моделі туристського бізнесу в Україні.

Ключові слова: гостинність, туристський бізнес, Іспанія.

При использовании теоретических методов исследования была попытка проанализировать причинно-следственное взаимодействие у современной Испании гостеприимства, гостиничной индустрии и профессионализма, как возможную модель туристического бизнеса в Украине.

Ключевые слова: гостеприимство, туристский бизнес, Испания.

At use of theoretical methods of research there was an attempt to analyse cause and effect interaction at modern Spain hospitality, the hotel industry and professionalism, as possible model of tourist business in Ukraine.

Keywords: hospitality, tourism business, Spain.

Постановка проблеми дослідження. Одним із важливих понять, які застосовуються в історії подорожей та туризму, є «гостинність». Здійснення подорожей було б неможливим, якби мандрівникам ніде було зупинитися на ночівлю та отримати харчування. В наш час під гостинністю розуміють сукупність засобів розміщення, харчування і розваг для туристів, а також традиції прийому гостей в різних культурах.

Гостинність має довгу історію, вона починається з найдавнішої традиції «заломлювати хліб» з мандрівниками. У народів світу склалися різні традиції і звичаї зустрічати гостей [1]. Особливості побутової культури впливають на формування гостинності як необхідної складової індустрії туризму. Термін «гостинність» походить від старофранцузького

слова hospice, що означає «благодійний дім». В побутовому значенні гостинність – це властивість характеру людини, яка відрізняється привітністю і хлібосољством, а також традиції зустрічі гостей у різних культурах [2]. В контексті вивчення туризму як розділу культури – це збірна назва системи обслуговування людей, які знаходяться у подорожі, на відпочинку, далеко від своєї домівки.

Гостинність містить в собі такі важливі напрями діяльності, як розміщення і харчування гостей, надання їм різного роду соціокультурних послуг. Досить важко відокремити матеріальну складову готельного продукту від його духовної складової. Неодмінною споживчою властивістю туристичного продукту є вміння дати відчутти клієнтові, що йому раді, з гідністю продемонструвати йому повагу, виявити люб'язність [3].

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

Іспанія – країна, що має надзвичайні можливості для організації туризму, широкий спектр кліматичних, географічних та етнокультурних характеристик, які роблять цю країну особливо привабливою для туристів. Тут можна знайти все і для будь-якого виду туризму — від рекреаційного на узбережжі та островах до гірськолижного у чисельних гірських системах та пізнавального в культурних центрах країни [4].

Мета дослідження полягає в аналізі сучасного стану та вивченні гостинності сучасної європейської країни Іспанії.

Реалізації мети вимагає вирішення наступних *завдань*: ознайомлення з інформаційними джерелами щодо стану розробленості даного питання, проаналізувати причинно-наслідкову сукупність взаємодії в сучасній Іспанії гостинності, готельної індустрії та професіоналізму, визначити сучасні тенденції розвитку туризму в країні, виявити основні напрями готельного бізнесу та вплив гостинності на кількість туристичного потоку, їх стабільність та динаміку.

Об'єкт дослідження: сучасна гостинність європейської країни.
Предмет дослідження: гостинність готельної індустрії Іспанії та важливі тенденції і перспективи формування туристичного бізнесу в Іспанії.

Наукова новизна полягає у: вивченні та узагальненні засад формування і розвитку гостинності та готельної індустрії в Іспанії, дослідженні стану туристичної галузі країни на сучасному етапі, виявленні особливостей у діяльності професіоналів задля розвитку туристичного бізнесу в країні.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання її результатів в навчальному процесі при викладанні дисциплін та впроваджені європейського досвіду, а саме гармонійного

поєднання гостинності, готельної індустрії та професіоналізму при обслуговуванні гостей в Іспанії як моделі туристичного бізнесу для території України.

Виклад основного матеріалу. Вплив різних народів, релігій, культур, граничне положення між Європою та Африкою, замкнутість Середземномор'я та безкраї простори Атлантичного океани - все це знайшло відображення в величних пам'ятниках і найцікавіших традиціях Іспанії. Всі покоління правителів Іспанії мали на меті возз'єднати культуру, але культурна традиція Іспанії різноманітна як і раніше. Деякі регіони і по сьогоднішній день пишаються своєю самобутністю та самостійністю. Іспанія – це дивовижне поєднання різних культур: кельтської, грецької, фінікійської, римської, арабської, іудейської та християнської. Величезного впливу іспанська культура зазнала за часів панування на території Іспанії арабів, яке тривало майже 8 століть.

Туризм набув всесвітнього характеру, він дав змогу вирішити багато соціально-економічних проблем. Іспанія та Італія, які приймають щороку понад 50 млн. туристів, отримують відповідно 47,9 та 35,4 млрд. доларів США прибутку. Розвиток туристичного бізнесу сприяє збільшенню доходів, створенню нових робочих місць, розвитку інфраструктури і загалом розвитку третинного сектора економіки, охороні та реконструкції існуючих історико-культурних пам'яток, охороні природи.

Наступною була епоха католицької середньовічної культури, яка досягла свого апогею після повернення християнами земель, що були завойовані арабами.

В Іспанії у 90-х р.р. відбулося значне зростання готельних і мотельних місць. Це викликано, перш за все, великими потребами внутрішнього та міжнародного туризму. Іспанія має гарну інфраструктуру та найбільш розвинену мережу готелів серед країн Середземноморського басейну. Тут місць у готелях більше, ніж в усіх середземноморських готелях узятих разом. Іспанія – єдина країна, що здатна повністю задовольнити потреби країн СНД.

За даними офіційного довідника по готелях Іспанії, виданого Інститутом Туризму Іспанії, в країні налічується 11598 закладів, з яких 2106 – 4-5*. Це 16% всіх іспанських готелів і майже третина від загальної кількості місць розміщення. Крім того, в Іспанії 3928 готелів 1-3*, які пропонують 167051 місць розміщення, пансіонатів на 125 тис. місць і кемпінгів на 1,2 млн. місць. Загальна кількість місць розміщення в країні становить 1,04 мільйона, з яких 86% належить готелям. У цьому секторі працюють 144 тис. службовців. Найбільша кількість готелів розташовано в Каталонії (1197 готелів і готельних закладів), а Балеарські острови пропонують найбільше число місць розміщення – 301 957 [5]. Про популярність тих або інших туристських центрів говорить кількість місць у готелях. Адже попит народжує пропозиція, і за пропозицією можна судити й про попит. Самі масові для туристського потоку центри перебувають на Балеарських і Канарських островах, у двох Каталонських

провінціях – Барселоні й Таррагоні – а також в Андалусії, найбільше в Малазі й Уельве.

Вся готельна індустрія в Іспанії поділяється на певні групи, підгрупи та категорії. Підприємства з «групи готелів» поділяються на 5 категорій, що відповідають «золотим зіркам» (готелі від 1* до 5*) та літерному позначенню «Г» чи «ГА» (готель чи готель-апартаменти).

На іспанському туристичному ринку представлені міжнародні готельні мережі: Accor Hotels, Best Western International, Carlyle Hotel, Comfort Inns and Suites, Courtyard by Marriott, Days Inn, Econolodge, Fairfield Inns by Marriott, Golden Tulip, Hampton Inns and Suites, Hilton Hotels and Resorts, Holiday Inn Hotels, Resorts, Express, Hot Key International, Howard Johnson, Inn Points, Keytel, Lexington Hotels, Suites and Inns, Marriott Hotels, Resorts and Suites, Motel 6, Nordic Hotels, Quality Inns, Radisson Hotels and Resorts Worldwide, Ramada Hotels, Inns and Resorts, Ramada International, Relais and Chateaux Hotels, Residence Inn by Marriott, Sheraton Hotels, Inns and Resorts, Small Luxury Hotels of the World, Sol / Melia Hotel Group, Super 8 Motels, Supranation Hotels, Synxis Hotels, Travelodge and Thriftlodge, Travelodge UK, Utell International Hotels.

«Групи пансіонів» класифікуються «срібними зірками» та літерним позначенням «П» (пансіон). Пансіонами часто управляють самі власники. В іспанській глибинці це найкращий притулок на одну-дві ночі. Як правило, це маленькі затишні готелі чи перебудовані приватні будинки. Пансіони бувають дуже скромними, а можуть бути відносно розкішними, особливу чарівність надає домашній затишок. Крім готелів і пансіонів в Іспанії існує ще кілька видів туристичних засобів розміщення. Апартаменти – це просторі вілли, шале, бунгало чи мебльовані квартири, що здаються частіше на узбережжі, в курортних зонах і приваблюють тих, хто подорожує групами.

Притулки – міжнародна мережа, що має «притулки» в усіх основних містах і туристичних центрах. Вони розраховані переважно на молодь. Ночівля в 3-4 місному номері коштує 15-20 євро, але туриста поселяють тільки в тому разі, якщо йому вже виповнилося 27 років [6].

Кемпінг – для бажаючих подорожувати «дикуном» на автомобілях. У країні існує велика мережа кемпінгів, близько 800. Вони поділяються на категорії, як і готелі. Туристичні кемпінги - це будь-яка, певним чином обгороджена ділянка землі, на якій пропонуються послуги та зручності у відповідності до категорії. Кемпінги пристосовано для людей, які згодні жити в наметах за певну плату.

Категорія номера залежить від того, на скільки осіб він розрахований, від рівня комунального впорядкування, розташування номерів у готелі, а також від краєвиду, що відкривається з вікна. На категорію готелю не впливає де він знаходиться – в аеропорту чи в центрі міста. Місцезнаходження готелю відіб'ється на цінах. Готелі в центрі дорожчі. Кожний готель видає свої брошури, мережі готелів занесені до каталогів, де поряд з назвою готелю обов'язково вказано кількість зірок.

Більша частина готелів – власність громадян Іспанії, їхнє ставлення до потреб відвідувачів дещо інше, ніж у країнах з більш холодним кліматом.

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

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

В Іспанії питання туризму координує Державний секретаріат з питань торгівлі, туризму та малого бізнесу, підлеглий Міністерству економіки. Крім Держсекретаріату Міністерству підпорядковуються: Центральна дирекція з туризму (адміністративні питання, розробка загальних напрямів державної політики у сфері туризму); готельна мережа «Paradores» (83 готелі, розміщені в будинках, що становлять історичну цінність); два виставково-конгресних центри (в Мадриді й Малазі) та Іспанський Інститут Туризму – «Turespasa» [7].

Повноваження самого Міністерства економіки невеликі. Такі важливі функції, як ліцензування, сертифікація послуг, розробка стратегії розвитку туристичної індустрії є прерогативою місцевої влади. З метою координації їх діяльності в країні створена Рада з розвитку туризму, до складу якої входять представники державних органів влади всіх рівнів та представники приватного бізнесу.

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

Отже, обслуговуючий персонал готелів, який організовує прийом гостей і надання їм послуг, стає важливим компонентом самих цих послуг. Унікальність готельного бізнесу полягає в тому, що персонал є невід'ємною частиною готельного продукту. Присутність людського фактора впливає на якісні характеристики кінцевого готельного продукту,

робить неможливим внесення коректив у якість вже наданих послуг. Ставлення до гостей, зовнішній вигляд персоналу, його готовність виконати будь-яке прохання гостя формують загальне враження від готелю. На першому етапі теоретичного дослідження [8] частково вдалося проаналізувати причинно-наслідкову сукупність взаємодії в сучасній Іспанії гостинності, готельної індустрії та професіоналізму, визначити сучасні тенденції розвитку туризму в країні, виявити основні напрями готельного бізнесу та вплив гостинності на кількість туристичного потоку, їх стабільність та динаміку. Окрім природних та історико-культурних видів ресурсів досить значну роль відіграє рівень розвитку інфраструктури країни в сфері надання професійним обслуговуючим персоналом високоякісних послуг та сервісу.

Але, за даними інформаційний веб-сайтів відгуки українців та росіян, які відвідали дану країну не є такими оптимістичними, як загальне рейтингове положення Іспанії на світовому туристичному ринку. Наприклад, за анкетуванням п'ятибальної системи оцінювання – розміщення, харчування, розваги, обслуговування та номери, зауважень вистачає, і саме такі ж як і на території України: не всі засоби розміщення та супроводу мають гідів-перекладачів, не відповідність послуг до програми туру, незручність місце розташування готелю, невідповідність номерів – «зіркам», харчування має низку проблем. Та цікавим у анкетуванні виявилися пункти розваг і обслуговування, за даними Інтернет опитуванням, саме ці напрями мають високу оцінку: персонал привітний, дружній, люб'язний, ненав'язливий, пропонує цікаві послуги відпочинку і анімаційних програм, верхову їзду, гірські велосипеди, рибалку, альпінізм тощо. Президент розважальної компанії Activ Leisure Projects, Ігнасіо Гіль, так оцінив ситуацію: «Насправді, ми продаємо не просто номер, напівпансіон або «все включено». Перш за все, ми продаємо розваги, нашу багату культуру, гастрономію, навколишнє середовище, охорону здоров'я і звичайно наш досвід». Успіх неможливий без урахування почуттів людей». Іспанські експерти все голосніше заявляють про те, що використання системи «все включено» з її фіксованою ціною, широким спектром послуг і гарантованими розвагами, призведе до вибуху попиту на іспанському ринку.

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

З точки зору Європейського Фонду освіти по питанням захисту навколишнього середовища іспанські пляжі вважаються одними з

найкращих у Європі. При цьому основними критеріями є якість води, безпека, що включає систему рятувних і сповіщальних заходів, послуги, що надаються на пляжах тощо. 91% усіх туристів, що відвідують Іспанію - жителі європейських країн. За даними іспанського Міністерства промисловості, туризму і торгівлі, найбільшим попитом користуються курорти Канарських островів (26,2% від загального числа туристів), Каталонії (23,7%), Андалусії (13,7%), Валенсії (8,2%) і Балеарських островів (6%).

Висновки. Іспанія має значні переваги в туристичній галузі. Туризм як високоприбуткова галузь впливає на економіку Іспанії. Завдяки туризму підвищився рівень життя населення, а географічне положення Іспанії, її природнокліматичні ресурси, культурно - історичні визначні пам'ятки стають благом, що приносить велику економічну користь.

1. Франческо Франжіаллі. Тенденції розвитку міжнародного туризму. — К, 2002. — 68 с.
 2. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг, гостеприимство, туризм. — М.: ЮНИТИ, 1998. — 245 с.
 3. Романенко О.В. Системи гостинності в туризмі //Науковий часопис НПУ імені М.П.Драгоманова. Серія №4, К.: 2009. - Випуск 10 (20). С.85-89.
 4. Офіційний сайт Світової організації туризму. - [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://unwto.org/>.
 5. Інформаційний веб-сайт. - [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.spain.com.ua/ua/turismo_ispania.
 6. Secretaria de Estado de Turismo y Comercio // <http://www.mcx.es/turismo/default.htm>.
 7. WTO World tourism barometer. - Madrid, 2004. - Volume 2, №1. - 23 s.
- Романенко О.В. Туризм: корекційна педагогіка, фізичне виховання. Практикум наукових досліджень: Навч. посіб. для студ. пед. вищ. навч. закл. — К.: НПУ ім. М.П.Драгоманова, 2012 - 345 с.

УДК 911.3

Капланець М.М.

ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ АВСТРІЇ

У статті досліджено рекреаційно-туристичний потенціал Австрії. Розглянуто її історико-культурний, природний потенціал, а також розвиток інфраструктури.

Ключові слова: Австрія, туристсько-рекреаційні ресурси, інфраструктура,

В статье исследовано рекреационно-туристический потенциал Австрии. Рассмотрены ее историко-культурный, природный потенциал, а также развитие инфраструктуры.

Ключевые слова: Австрия, туристическо-рекреационные ресурсы, инфраструктура.

The article is devoted to the development of recreational and tourist potential of the Austria. Consided historical and cultural, natural potential and infrastructure development.

Keywords: Austria, tourism and recreation resources, infrastructure.

Постановка проблеми. Австрія посідає перше місце, серед країн Європи, по щорічно отриманому прибутку від туризму. У 2010 р. Австрія