



## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	4
<b>ГЛАВА 1 ЭВОЛЮЦИЯ И РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО СЕКТОРА В ИСПАНИИ</b> .....	7
1.1 История развития туризма и гостиничного сектора Испании .....	7
1.2 Современное состояние гостиничного сектора Испании .....	22
1.2 Факторы, содействующие развитию гостиничного сектора Испании.....	45
<b>ГЛАВА 2 ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА ИСПАНИИ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ И ВЫЗОВОВ</b> .....	52
2.1 Развитие гостиничного сектора Испании в контексте современных тенденций.....	52
2.2 Развитие гостиничного сектора Испании в контексте современных вызовов.....	61
<b>ГЛАВА 3 ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО СЕКТОРА ИСПАНИИ</b> .....	76
3.1 Перспективы развития гостиничного сектора Испании.....	76
3.2 Основные направления по заимствованию опыта Испании для совершенствования работы гостиничного сектора Республики Беларусь.....	80
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	83
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ</b> .....	88
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ А</b> .....	98
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Б</b> .....	99
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ В</b> .....	100
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Г</b> .....	101
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Д</b> .....	103
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Е</b> .....	105
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Ж</b> .....	108

## ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ

<b>ВВП</b>	Валовой внутренний продукт.
<b>ВЭФ</b>	Всемирный экономический форум (англ. World Economic Forum)
<b>ЕС</b>	Европейский союз
<b>ООН</b>	Организация Объединенных Наций
<b>ЮНВТО</b>	Всемирная туристская организация
<b>ЮНЕСКО ООН</b>	Организация объединенных наций по вопросам образования, науки и культуры
<b>АА</b>	Автомобильная ассоциация (англ. Automobile Association Developments Ltd.)
<b>ADR</b>	средняя стоимость номера (Average Daily Rate)
<b>INE</b>	Национальный институт статистики Испании (Instituto Nacional de Estadística)
<b>RevPAR</b>	средний доход на номер (Revenue per Available Room)
<b>TTCI</b>	Индекс туристической конкурентоспособности стран (англ. Travel and Tourism Competitiveness Report)

## ВВЕДЕНИЕ

Королевство Испания, являясь в допандемийный период (до 2019 г.) одной из ведущих стран в мире по уровню развития туризма и гостеприимства (2-е место по количеству международных прибытий и доходов от туризма по данным ЮНВТО на 2019 г.), имеет высокий уровень развития туристической инфраструктуры в целом и гостиничного сектора в частности.

На протяжении последнего десятилетия количество гостиниц и аналогичных средств размещения в Испании значительно не менялось и составляло в среднем 14,5 тыс. объектов.

Испания имеет богатый исторический, культурный, природный потенциал, который лежит в основе истории успешного развития сферы туризма и гостеприимства. Кроме этого, успеху развития гостиничного комплекса поспособствовали политико-правовые, экономические, социально-демографические аспекты, обуславливающие высокий результат развития гостиничного сектора Испании.

Безусловно, пандемия COVID-19 негативно отразилась на развитии сферы туризма и гостеприимства в Испании, значительно сократив показатели результативности гостиничного сектора: уровень доходов от оказания гостиничных услуг (–82%), числа гостиничных объектов (–36%), инвестиционной привлекательности (–62%) гостиниц Испании. Вместе с тем, темпы восстановления сферы гостеприимства и туризма в Испании характеризуются очень высокими показателями, а вызовы в виде COVID-19 проявили новые возможности для развития данного сектора испанской экономики.

Исследование опыта Испании по восстановлению деятельности гостиничного сектора в контексте современных вызовов (пандемия COVID-19, природные катаклизмы и др.) и его развитие в контексте современных тенденций (цифровизация, экологизация, bleisure-туризм, MICE-туризм и т.д.) представляет высокую актуальность ввиду внедрения успешных практик и их возможной дальнейшей имплементации в деятельность гостиничного сектора Республики Беларусь.

Актуальность поставленной в работе проблемы определяет цель, объект, предмет и задачи исследования.

Цель данного исследования заключается в исследовании функционирования гостиничного сектора Испании в контексте современных тенденций и вызовов.

Для достижения цели данной научной работы были определены следующие задачи:

– исследовать историческую эволюцию развития гостиничного сектора в Испании;

– изучить особенности функционирования гостиничного сектора Испании в период до COVID-19 и после пандемии;

– определить тенденции и вызовы, оказывающие влияние на функционирование гостиничного сектора Испании;

– выявить перспективы развития гостиничного сектора как элемента индустрии туризма и гостеприимства Испании, а также разработать рекомендации по возможному внедрению успешного зарубежного опыта в практику функционирования гостиничного сектора Республики Беларусь.

Объект исследования – гостиничный сектор Испании.

Предмет исследования – функционирование гостиничного сектора Испании в контексте современных тенденций и вызовов.

Методы исследования: эмпирические методы сбора, обработки и анализа данных, методы контент- и интент-анализа, методы систематизации и классификации.

Структурно дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения.

В первой главе рассмотрена история развития гостиничного сектора Испании, а также его современное состояние; определены основные факторы, способствующие его развитию.

Во второй главе проведен анализ современного состояния гостиничного сектора Испании; проведен анализ его функционирования до COVID-19 и после пандемии; проведен анализ инвестиционной привлекательности гостиничного сектора Испании.

Третья глава посвящена исследованию перспектив развития гостиничного сектора как элемента индустрии туризма и гостеприимства Испании, а также разработке рекомендаций по возможному внедрению успешного зарубежного опыта в практику функционирования гостиничного сектора Республики Беларусь.

Работу дополняет перечень условных обозначений, рисунки, таблицы, приложения.

Основные положения и результаты дипломной работы имели практическую апробацию на Международной научно-практической конференции ФМО БГУ «Беларусь в современном мире» (г. Минск, октябрь 2021 г.), опубликована статья в соавторстве с научным руководителем в сборнике материалов (С.452 – 458); на Межвузовской студенческой научной конференции «ЭКОН-2022» (Минск, март 2022 г.), подготовлена статья в сборник материалов (в печати); на XII научно-практической конференции молодых ученых ФМО БГУ (г. Минск, февраль 2022 г.), опубликована статья

в соавторстве с научным руководителем в сборнике материалов (С. 451 – 456); на Олимпиаде по мировой экономике Digital Capitalism (г. Минск, декабрь 2021 г.), опубликована статья в сборнике материалов (С. 42 – 48); опубликована статья в Сборнике научных статей студентов, магистрантов, аспирантов (вып. №27, 2022 г., С. 156–158).

При написании дипломной работы были использованы публикации отечественных (Александрова А. Ю., Волов А.Б., Гайдукевич Л. М., Дедок, В. М., Жижанова Ю. Н., Иванов В. В., Скобкин С.С., Смирнов, В. А. и др.) и зарубежных (Boyer, M., Lesur, J. M., Rossclló, M., Valdívie, P. и др.) авторов, статьи периодических изданий, научных конференций, доклады и статистические сборники международных организаций (ЮНВТО, Statista, INE, CEIC data и др.) и консалтинговых (PwC, Horwath NTL и др.) компаний, информационных источников сети Интернет.

# ГЛАВА 1

## ЭВОЛЮЦИЯ И РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО СЕКТОРА В ИСПАНИИ

### 1.1 История развития туризма и гостиничного сектора Испании

Испания (официально Королевство Испания) – трансконтинентальная страна, территория которой расположена в основном на Пиренейском полуострове, на юго-западной части Европы. Ее общая протяженность составляет 504 642 кв. км, разделена на 50 провинций, входящих в 17 автономных сообществ с населением 47,4 млн. чел. (по данным на 1 января 2021 г.) [74]. Испания граничит с Португалией, Францией, через пролив с Гибралтаром – с Марокко.

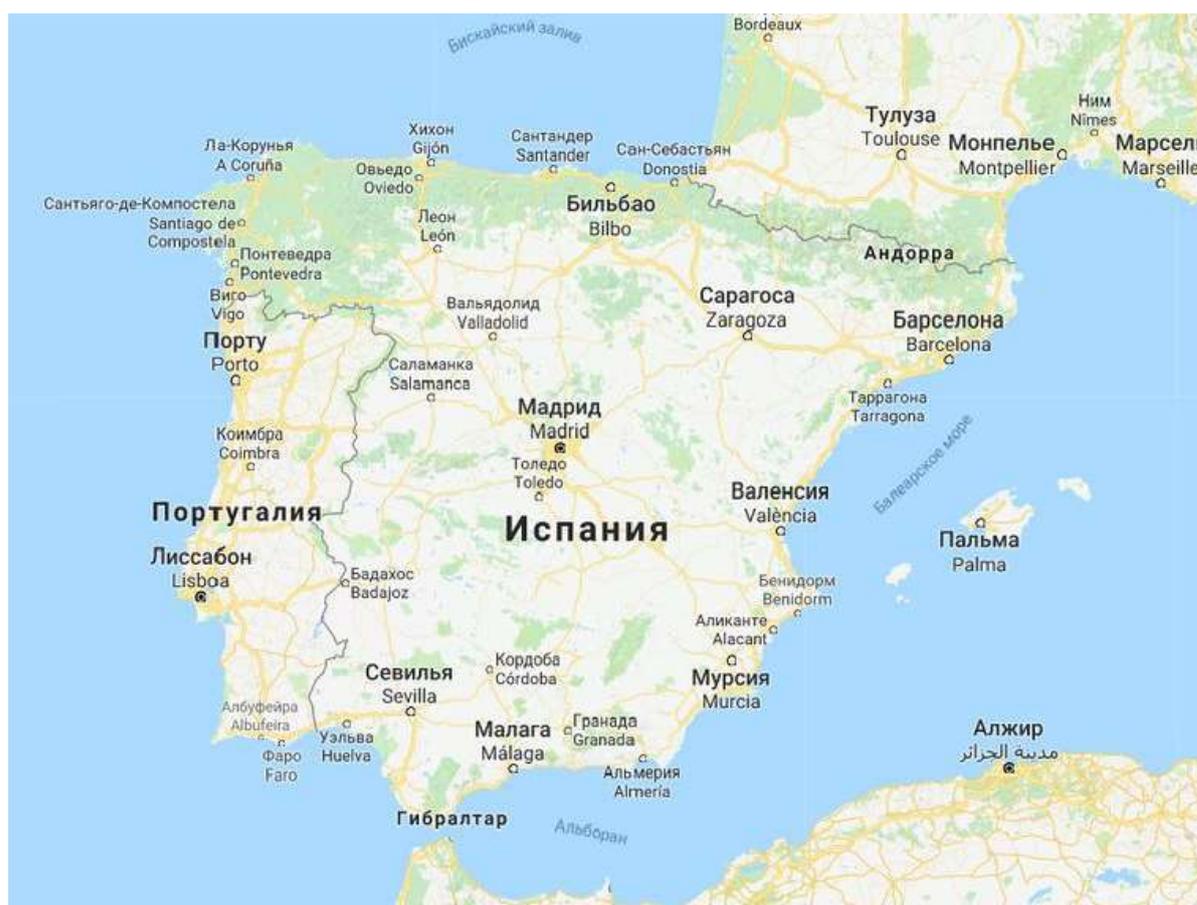


Рисунок 1 – Физическая карта Испании

Примечание – Источник: [74].

По данным ЮНВТО на 2019 г., Испания занимала ведущие позиции в мире по развитию туризма и гостеприимства: 2-е место по числу прибытий международных туристов (83,5 млн. прибытий) и доходам от международного туризма (105,3 млн. долл. США), 3-е место по вкладу туризма и индустрии гостеприимства в экономику страны (12 %) [86]. Также в стране был отмечен наиболее высокий уровень конкурентоспособности сферы туризма и путешествий среди 140 стран мира (1-е место в рейтинге ТТСИ, составленного ВЭФ) [92].

На протяжении столетий в Испании развивался туризм и гостеприимство, что в начале XX в. сформировало имидж страны, как туристской дестинации с высоким уровнем развития инфраструктуры и качества оказываемых услуг.

Считается, что первое появление гостиниц на территории Испании приходится на период с начала н.э. [34]. В то время гостиницы имели некоммерческий характер и в основном считались местом для ночлега как гостей королевских семей, родственников из других стран, государственных деятелей, переговорщиков, торговцев и т.п. на длительный период, так и для простых странников, путешествующих по странам и городам с разными целями.

На средневековом этапе ключевую роль в образовании христианских гостиниц Испании сыграло паломничество. Большому количеству пилигримов, направляющихся к святым местам, было необходимо остановиться где-то на отдых, ночлег, пропитание или ремонт одежды. В то время, для паломников такие услуги оказывали христианские отели, и для них эти услуги были бесплатными. Однако, ближе к концу XVII века<sup>1</sup> оказание бесплатных туристических услуг, в том числе предоставление ночлега в гостиницах, приобретает коммерческий характер. Вместе с тем в середине XVII в. как иностранные, так и местные путешественники начали предъявлять более высокие требования к уровню гостиничного сервиса в средствах размещения Испании. Можно сказать, что именно с этого времени услуги, которые оказывали гостиницы Испании, начали приобретать современный характер. Также современные гостиницы Испании сильно не меняли основную целевую направленность и создали свою уникальную концепцию обслуживания туристов соответственно принципам, сформированным вековыми традициями. Однако, на уровень обслуживания постояльцев это никак не повлияло, потому как расширился и поднялся уровень спектра услуг гостиниц Испании.

---

<sup>1</sup> Историю развития туризма исследователи делят на четыре основных периода: древние века (V в. до н.э. – IV в.); средние века (476 г. – XVII в.); новое время (середина XVII – начало XX вв.); новейшее время (1918 г. – начало XXI в.) [34].

Следует отметить, что начиная с XVII в. одним из наиболее развитых центров туризма в стране являлся г. Барселона. С начала XVIII в. до середины XIX в. жилье в этом городе состояло в основном из хостелов и иных видов экономного размещения. Как было упомянуто выше, эти сооружения возникли еще в позднем Средневековье и предлагали жилье и питание для постояльцев, а также возможность хранения товаров и животных. В XVIII в. в Испании развивалась торговля ввиду удачного географического положения страны и наличия портов в крупных городах (Барселона, Валенсия, Малага и т.д.). Эти города представляли собой центры торговли между продавцами со всего мира. И неудивительно, что большинство хостелов были расположены именно в местах, где было больше торговой, ремесленной и деловой активности [69].

В течение XVIII в., с ростом экономического потенциала, в Испании наблюдался значительный прорыв в развитии городского благоустройства и инфраструктуры между городами. Так появлялись новые бульвары (напр., бульвар Рамбла в г.Барселона), парки, сады, реставрировались памятники и объекты архитектурного и культурного наследия (рисунок 3).



**Рисунок 3 – Бульвар Рамбла (исп. Ramblas) – пешеходная улица в центре Барселоны.**

**Примечание – Источник: [44].**

С городскими преобразованиями, произошедшими в последние десятилетия XVIII в., появились новые типы размещения в Испании – «фондас» и «иннс», которые предлагали более удобные и комфортные услуги. Фондас (исп. fondas) в Испании являются гостиничными учреждениями до

4 номеров, в которых спектр услуг ограничивался предложением проживания и питания, что эквивалентно хостелам. Иннс (англ. inns) – это придорожные гостиницы, которые также предоставляли услуги по проживанию и питанию. Однако фондас обладали более характерным национальным колоритом, к тому же гостей часто кормили традиционными испанскими блюдами (рисунок 4).



**Рисунок 4 – Фондас в д. Тавертет (окрестности г. Барселона), провинция Каталония.**

**Примечание – Источник: [34].**

Активно туристическая деятельность в Испании начала развиваться с 1830-х г. благодаря улучшению транспорта и увеличению его видов, а также увеличением протяженности железной дороги. Все это поспособствовало расширению туристской географии и увеличению гостиничных объектов. В последние десятилетия XIX в. начали появляться первые средства размещения, которые называли себя отелями.

Отели были новым типом размещения для Испании и не являлись синонимами термину «гостиница», поскольку отличались более высоким уровнем сервиса, комфорта и др. Отели официально начали появляться в Испании несколько позже, чем в других европейских странах: в Великобритании, Франции, Италии [16; 45]. Хотя еще в 1864 г. были первые предпосылки для открытия отеля в Испании, а именно было подано заявление в Городской совет Барселоны на строительство Gran Hotel Peninsular на имя Агустина Валерино, но отель был построен позже.

В Испании термин «отель» получил широкое распространение в лишь 1880-х гг. Название «отель» соответствовало условной сертификации, которая регулировала испанский гостиничный бизнес. Отель скорее означал наличие

особых услуг и особое отношение к постояльцам, поскольку в значительной степени отели возникли для более состоятельных представителей испанского общества, которые предпочитали путешествовать в комфорте и ожидали особого отношения к себе в пунктах назначения. В то время отели представляли собой частные резиденции, невысокие здания, с просторными номерами, кафе, террасами и необходимыми услугами (питание, хранение вещей или багажа, пресса, прачечная, места для транспорта и т.д.).

Появление первых отелей в Испании поспособствовало улучшению инфраструктуры, в том числе туристской. Вместе с этим в конце XIX в. в Испании стали появляться гранд-отели – типы размещения с архитектурой, подобной аристократическим дворцам, где останавливались самые изысканные и требовательные клиенты, стремящиеся к роскоши и максимальному комфорту. Отель-«дворец» обладал, прежде всего, уникальной архитектурой, эксклюзивностью в интерьере и садово-парковом оформлении, проживание в котором могли позволить себе лишь аристократы, важные предприниматели, домовладельцы, дипломаты, политики, военные или выдающиеся представители из Испании и из-за рубежа [45]. В то время предложение таких средств размещения было крайне мало, и было нацелено на узкий сегмент туристского рынка.

В конце XIX в. термин «отель» относился к заведениям самого высокого уровня. И появление в те же годы нового отеля «Интернасьонал» (исп. *Internacional*) в г. Барселона стало поворотным моментом в истории гостиничного сектора Испании, поскольку это был первый настоящий отель для туристов, а не только для представителей высшего общества. Кроме того, в эти же года в Барселоне появились такие отели, как *Gran Hotel Continental* (1892) и *Gran Hotel Ambos Mundos* (1893). Во всех трех проектах были задействованы местные инвесторы, а испанские отельеры старались расширить сегмент рынка, на который должны будут ориентироваться данные гостиничные объекты.

Следует отметить, что в Испании в начале XX в. гостиничные объекты размещения имели характерные отличия от гостиниц иных стран в части архитектуры, внутреннего убранства, уровня сервиса, качество организованного питания, что в совокупности обеспечивало их уникальность и рост спроса со стороны потребителей из других стран. В тот же период происходит торжественное открытие ряда крупных отелей, ориентированных на международных туристов, – отель *Reina Cristina* в г.Альхесирасе (1901 г.), отель *Gran Hotel* на о. Майорке (1903 г.) и отель *Colón* в г.Барселона (1903 г.) (рисунок 5).



**Рисунок 5 – Крупные отели Испании: Reina Cristina в Альхесирасе, отель Colón в Барселоне и Gran Hotel на о. Майорка (слева направо).**

**Примечание – Источники: [34].**

16 марта 1907 г. в г. Барселона состоялась конференция по развитию туризма в Испании, в которой приняли участие как испанские, так и зарубежные предприниматели, заинтересованные в развитии туризма и гостеприимства в стране и в инвестициях в данную сферу деятельности [34]. На конференции также обсуждалось создание Ассоциации по поддержке и развитию туризма и гостеприимства в Испании. По мнению Карлоса Аркоса, одного из участников данной конференции, «развитие туризма и гостеприимства увеличило бы потребление и, следовательно, сельскохозяйственное и промышленное производство, в дополнение к развитию гостиничного бизнеса, транспорта и торговли» [84].

После этой конференции Совет директоров Ассоциации фондов и аналогичных организаций Испании (Asociaciones de fundaciones de España) (рисунок 6) провели встречу в г.Мадриде, на которой обсудили создание новой Ассоциации по туризму, согласовали окончательный вариант ее устава.



**Рисунок 6 - Логотип Ассоциации фондов и аналогичных организаций Испании (Asociaciones de fundaciones de España)**

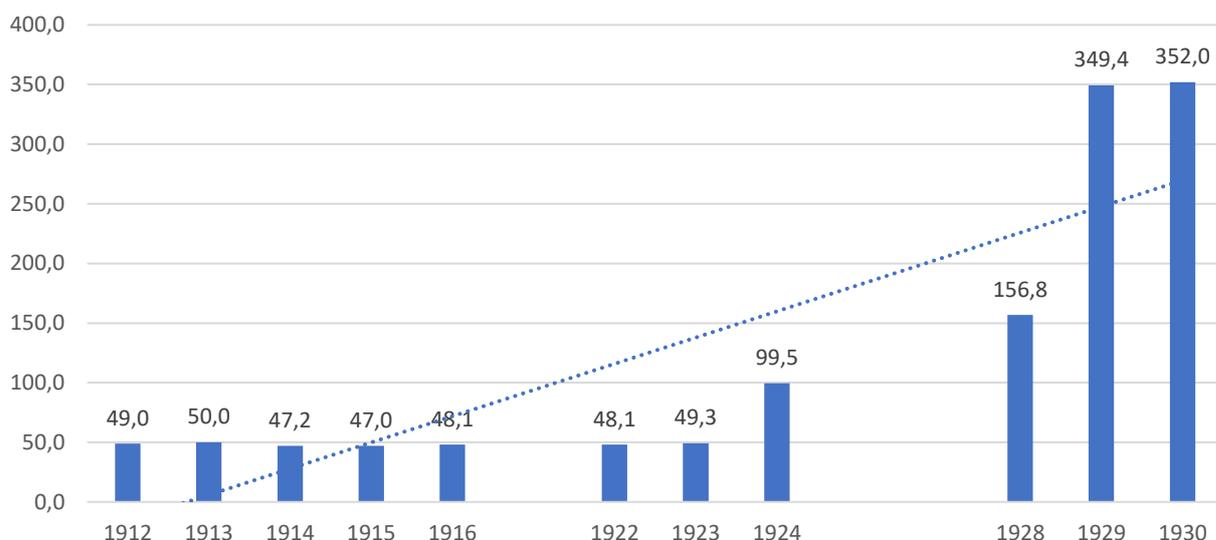
**Примечание – Источник: [73].**

Основной целью новой ассоциации должна была быть пропаганда и продвижение туризма в Испании. Ассоциация обязалась бы публиковать путеводители и прочие туристские издания, запрашивать изменения в

пассажирских тарифах у железнодорожных компаний (запрашивать обратные билеты для туристов) и реформировать законы и права всех сторон, при составлении договора на проживание в испанских гостиницах. Это также поспособствовало бы созданию пунктов переводчиков для приема иностранных туристов в портах и на железнодорожных станциях [73]. Ассоциация фондов и аналогичных организаций Испании (Asociaciones de fundaciones de España) до сих пор функционирует, и занимается вопросом о развитии испанских фондов в разных отраслях экономики. Однако, отдельной Ассоциации по туризму тогда не возникло, поскольку в начале XX в. туризм и гостеприимство не были основным сектором экономики Испании. Поэтому отдел по развитию туризма и гостеприимства появился в уже существующем Министерстве развития (1832 г.), которое в 1910 г. стало называться Главным управлением торговли, промышленности и труда. Данное Министерство функционирует и по сей день, называется Министерством промышленности, торговли и туризма (исп. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (сокр. MINCOTUR)), обладает грамотной организационной структурой, включает в свой состав Секретариат по торговле, Секретариат по промышленности, малому и среднему бизнесу, Субсекретариат по промышленности, торговле и туризму и Секретариат по туризму.

С первого десятилетия XX в. появилась готовность местных инвесторов вкладывать денежные средства в туризм и гостеприимство Испании, что обусловило одну из предпосылок развития туризма и гостеприимства до высокого уровня [97].

В соответствии с зарождением современного туризма и гостеприимства, в первой трети десятилетия XX в., в Испании была сформирована первоначальная туристическая система с региональными разновидностями. Поскольку регионы Испании обладали разными природными и историко-культурным потенциалом, инвесторы и отельеры находили особенные черты местности и продавали уникальный, отличный от других регионов Испании, продукт. Так, Барселона уже на то время считалась популярным туристическим направлением в западном Средиземноморье. Ее культурные мероприятия, художественно-культурное наследие, модернистская архитектура и инфраструктура, а также наличие береговой линии привлекало все больше иностранцев и туристов, останавливающихся в отелях и гостиницах на протяжении первой трети XX в., как показывают имеющиеся данные, без учета неформального размещения, характерного для всех туристических направлений (рисунок 7) [98].



**Рисунок 7 - Количество туристов, проживающих в объектах размещения г. Барселона в 1912-1930 гг., тыс. чел.**

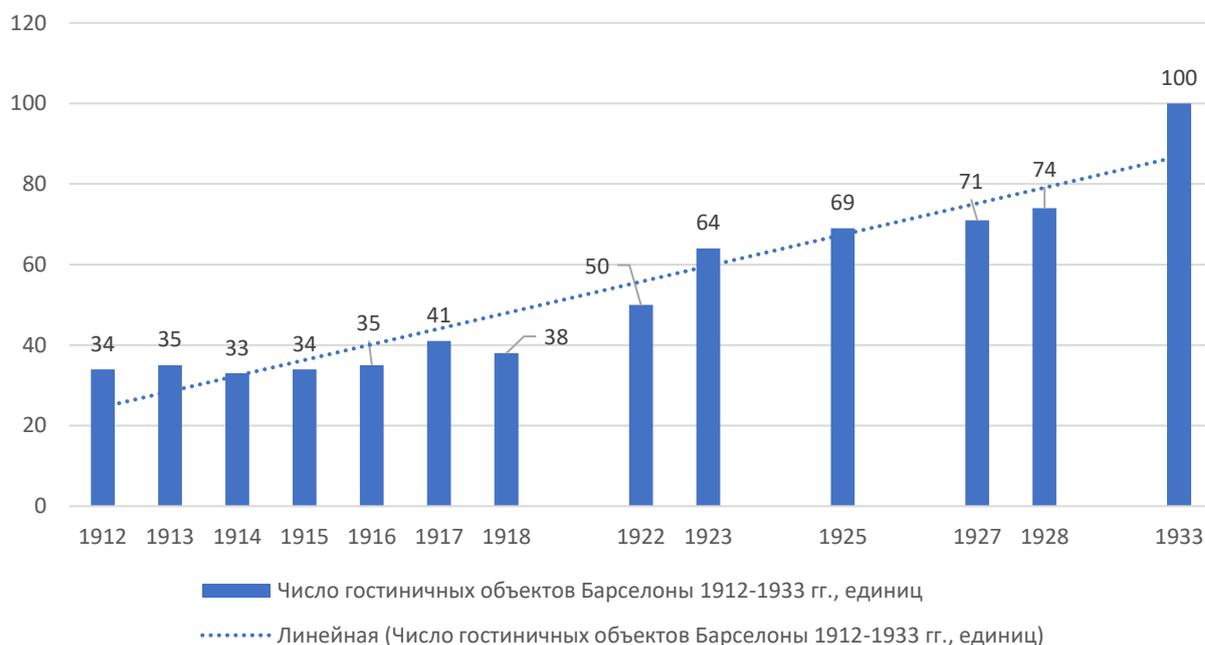
**Примечание – Источник: [34].**

Согласно рисунку 7, среднее число туристов, проживающих в отелях в Барселоне с 1928 по 1930 гг. (277,0 тыс. чел.), в 3,5 раза превысила среднее число туристов, зарегистрированных с 1912 по 1914 гг. (241,3 тыс. чел.) Такое различие также подтверждается тем, что в 1912–1924 гг. туристические организации ориентировались на местных туристов, а после 1924 г. сменили направление на привлечение международных туристов. Повышение числа туристов также способствовало не только укреплению рынка гостиничных услуг Испании, но и появлению турагентов, заинтересованных как в его продвижении, так и в удовлетворении потребностей туристов.

Говоря о предложении гостиниц Барселоны, то данные за 1912–1933 гг. отражают значительное повышение числа гостиничных объектов в городе после 1922 г. (рисунок 8).

По данным рисунка 8, можно сделать вывод, что ориентация на международных туристов действительно укрепила положение гостиничного сектора на мировой арене туристских услуг после 1922 г., после такого вызова как Первая мировая война. После того, как все мировое сообщество стало восстанавливаться после военного конфликта, в Испанию, в том числе в Барселону, стало прибывать все больше туристов. В течение этих лет гостиничный сектор Барселоны был сосредоточен вокруг площади Каталонии, бульвара Рамблас и прилегающих районов, где уже были отель Colón, отель Continental и отель Inglaterra. К их числу добавились отель Nuevo Universal и отель Madrid, отель Internacional, отель París, отель Suizo, отель Massagué, Royal Hotel Meublé и отель Imperial. Ни один из этих отелей не относился к той же категории, что отель Colón, поэтому путешественники, прибывшие в

Барселону, могли остановиться в любом из них, несмотря на разный бюджет и социальную категорию [51].



**Рисунок 8 - Динамика числа гостиничных объектов Барселоны 1912–1933 гг.**

**Примечание – Источник: [90].**

В связи с этим можно сказать, что с 1922 г. наблюдалась дифференциация спроса на гостиничные услуги, что поспособствовало увеличению предложения гостиничных объектов г. Барселоны, которые, в свою очередь, становились более адаптированными к разнообразным социальным группам.

Что касается структуры туристов в Барселоне, то в 1912 –1934 гг. около 16% были иностранными туристами, а остальные – местными (более 80%) [93]. Эти данные свидетельствуют о том, что доля иностранцев, проводивших ночи в отелях Барселоны, была значительно ниже, чем местных туристов. В то же время гостиничный сектор Барселоны четко осознавал значимость гостиничного сектора для экономики Испании, поэтому акцент на создании благоприятных условий для гостей города был на первом месте.

В то же время были созданы учреждения для организации праздничных мероприятий, такие как Sociedad de Fomento del Festival Barcelonés, и Sociedad Propagandística de Barcelona (1929 г.) [69]. По-прежнему не было разговоров о туристическом проекте для Барселоны в целом как для туристической дестинации, однако специалисты сферы гостеприимства хорошо понимали, что приезд иностранных посетителей потенциально подразумевает большие экономические выгоды для гостиничного сектора Испании.

Помимо этого, в 1930-х гг. был издан первый журнал путеводитель Baedeker на разных языках мира, посвященный туризму и отдыху в Испании (рисунок 9).



**Рисунок 9 – Фотография путеводителя Baedeker по Испании на английском и русском языке.**

**Примечание – Источники: [12].**

По причине начала Гражданской войны в Испании (1933–1934 гг.) и вплоть до окончания Второй мировой войны, деятельность объектов сферы туризма и гостеприимства в стране была практически приостановлена. Власти приостановили ведение и опубликование статистических данных о деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства.

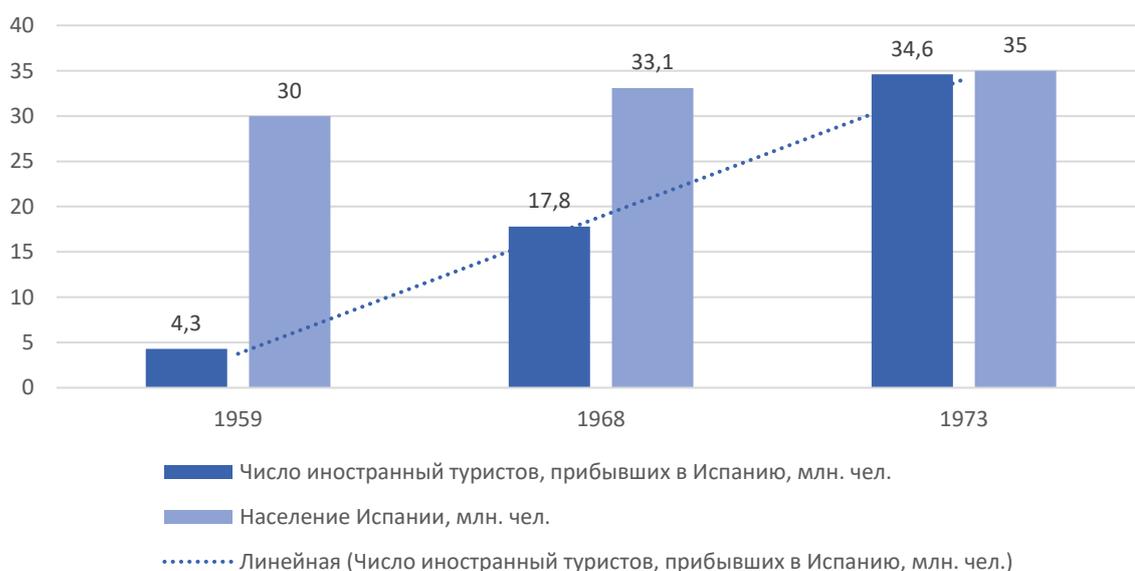
Важно отметить, что после 1945 г. в Испании более приоритетным становится развитие международного туризма: все больше туристов желают посетить страну с целью отдыха на пляже и рекреации (оздоровления), а также по причине посещения различных деловых мероприятий и выставок (MICE-туризм). В это же время внутренний туризм также развивается, но в силу невысокого уровня благополучия населения страны, преимущественно путешествия совершались с целью посещения культурно-исторических центров, расположенных недалеко от основного места проживания.

Причиной востребованности и популярности среди иностранных гостей массового рекреационного туризма в Испании после Гражданской войны были также достаточно конкурентоспособные цены, обусловленные экономическим спадом в послевоенное время (ниже, чем в других странах Европы).

Имидж Испании как туристкой дестинации был сформирован благодаря сочетанию следующих факторов: богатое историко-художественное наследие, отличные условия для солнечного и пляжного туризма, ценовая доступность в послевоенное время, уникальность природных ресурсов на юге страны, представляющих особый интерес для северо-западных европейских туристов, коррида, фламенко и празднование Пасхи.

В 1950-х гг. массовый туризм обусловил стандартизацию туристических услуг, создание заранее подготовленных, индивидуальных, подсчитанных «пакетов услуг». Этот набор услуг по единой цене предлагался иностранным туристам и гражданам Испании в каталогах туроператоров. Предварительное планирование маршрута поездки, размещения, питания, программы тура после 1950-х реализовывалось туристическими фирмами. Организованный туризм, затрагивающий широкие слои населения и реализующий деятельность специализированных турфирм, являлся феноменом послевоенного времени.

Число туристов, посетивших Испанию в 1959 г., составляло примерно 4,2 млн. чел. В течение следующих 14 лет в экономике Испании наблюдались положительные темпы роста, как и во всей Западной Европе, однако благоприятный климат, доступность испанских цен на путешествия и гостиницы наряду с доступностью авиаперевозок и повышенным уровнем располагаемого дохода в других странах Европы, Испании удалось стать самым популярным местом отдыха на континенте. И уже в 1973 г. Испанию посетило около 34,6 млн. туристов, что было примерно равно общей численности населения Испании в тот год (рисунок 10).



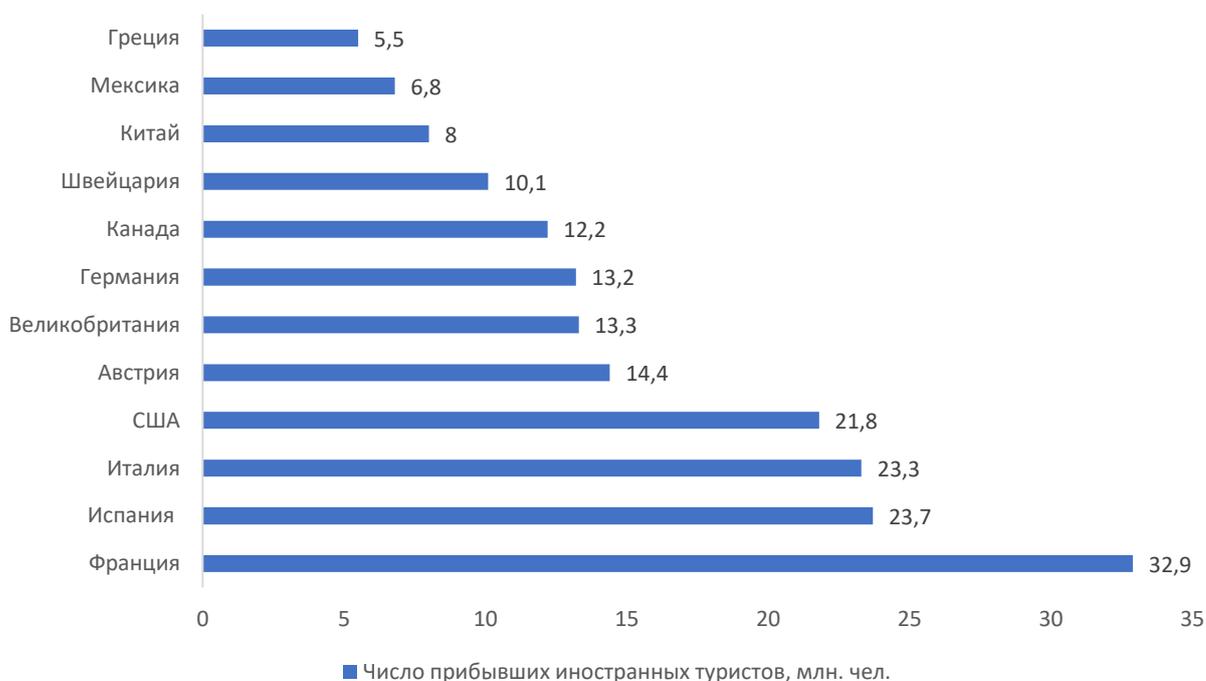
**Рисунок 10 – Динамика числа иностранных туристов, прибывших в Испанию 1959–1973 гг.**

**Примечание – Источник: [57].**

В те годы туризм для Испании был важным источником иностранной валюты и позволил сделать платежный баланс страны позитивным в течении десятилетий после войны. Кроме того, визит гостей из демократической Европы позволил запустить процесс перехода к демократии и более активному развитию туризма, который начался после смерти генералиссимуса Франсиско Франко в 1975 г.

Далее, в течение демократического периода<sup>2</sup> (после 1975 г.), развитие и расширение географии путешествий способствовало увеличению значимости туризма в Испании. Развитие сектора гостеприимства в экономике Испании происходило благодаря географическим и социальным факторам. Действительно, массовый туризм, который развивался на побережье Средиземноморья, появление культурного и сельского туризма, которые привлекали все больше иностранных туристов, являлись основными направлениями для отдыха и развлечения в Испании.

В период 1980-х и 1990-х гг. туризм в Испании вышел на новый уровень. Увеличился поток иностранных туристов в Испанию, развивается туристская инфраструктура, растут доходы испанских туристских предприятий и т.д. В 1982 г. Испания заняла 2 место в мире по популярности страны как туристской дестинации и числу прибывших иностранных туристов, уступая лишь Франции (рисунок 11).

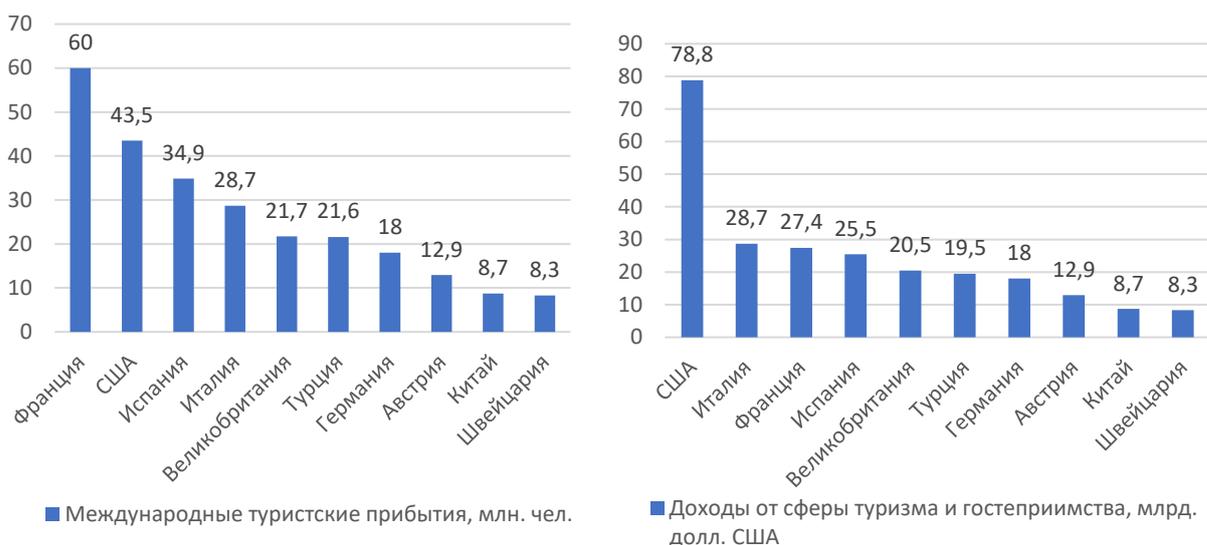


**Рисунок 11 – Самые популярные страны мира по числу туристских прибытий 1982 г.**

**Примечание – Источник: [42].**

В 1995 г. Испания уступает Франции и США по числу международных туристских прибытий, однако занимает 2 место в мире по получению доходов от сферы туризма и гостеприимства (рисунок 12).

<sup>2</sup> Демографический период в Испании – условно выделенный период в истории Испании (после 1975 г.), который начался после смерти Франко 20 ноября 1975 г. В тот же год Хуан Карлос стал королём Испании и сразу же начал процесс перехода страны к демократии после долгого диктаторского строя.



**Рисунок 12 - Страны-лидеры по числу международных туристских прибытий и доходам от сферы туризма и гостеприимства в 1995 г.**

**Примечание – Источник: [88].**

По данным Всемирного банка, в 1995 г. по числу международных прибытий Испания занимала 3 место в мире, уступая Франции и США – 34,9 млн. чел., а также 4 место в мире по числу поступлений от реализации туристических услуг – 25,5 млрд. долл. США. Высокое положение Испании в списке было обусловлено заинтересованностью испанских властей, местных и иностранных инвесторов развивать сферу туризма и гостеприимства в Испании: улучшать туристскую инфраструктуру, строить новые отели и иные средства размещения, улучшать внешний облик скверов, парков, памятников истории и культуры, архитектурных зданий, а также жилых домов, магазинов, кафе и ресторанов и массовых общественных мест (спортивные стадионы, концертные залы).

В 1999 г. в Испании был опубликован статистический ежегодник INE, в котором отражалась динамика туристских движений в гостиницах Испании (рисунок 13).

По данным ЮНВТО, за период 1999-2008 гг. пик развития туризма и гостеприимства Испании пришелся на 2008 г. В этот год Испания стала 3-й страной в мире после Франции и США по количеству туристических прибытий (45 млн. чел.) и 4-й страной в мире после США, Франции и Италии по доходам от туризма (61,6 млн. долл. США). За период с 2000 по 2008 гг. в Испанию прибыло до 208,3 млн. иностранных туристов, а доход от

международных туристов принес Испании до 176,3 млрд. долл. США [88] (рисунок 14).



**Рисунок 13 - Динамика туристских движений в гостиницах Испании 1999-2021 гг.**

**Примечание – Источник: [53].**



**Рисунок 14 – Динамика развития индустрии туризма Испании с 2000 по 2008 гг.**

**Примечание - Источник: [88].**

До 2008 г. наблюдалась положительная динамика роста таких показателей, как число прибытий международных туристов и доходы от международного туризма. Среднегодовой темп роста числа иностранных туристов составил +1,06%, а среднегодовой темп роста поступлений от международного туризма – +1,27%. В общей сложности, общий прирост по прибытиям был +3,18%, а по денежным поступлениям от туризма – +3,82%.

Таким образом, историю развития гостеприимства Испании можно разделить на несколько этапов: период до н.э., период от 476 до 1600-х гг., период 1650-1900-е гг. и период с 1918 до начала 2000-х гг. Первое упоминание о средствах размещения возникло по началу н.э., и представляло собой место для ночлега гостей королевских семей, родственников из других стран, государственных деятелей, переговорщиков, торговцев, паломников и т.п. И именно паломничество сыграло ключевую роль в развитии гостиниц и иных средств размещения Испании.

В средние века (с 1650-х гг. по 1890-е гг.) услуги по размещению туристов стали приобретать коммерческий характер, а туристы стали более требовательны к качеству предоставляемых услуг. Однако в этот период достойное жилье в Испании могли позволить себе лишь представители буржуазии. В тот период активно развивалась торговля в крупных городах страны как г. Барселона. Благодаря росту экономического потенциала страны за счет торговли, в Испании стал наблюдаться прорыв в развитии инфраструктуры между городами (железные дороги), развитии городского благоустройства (памятники, бульвары, сады). С развитием городов стали появляться новые средства размещения – «фондас» и «inns», которые предлагали более удобные и комфортные услуги для путешественников разных достатков.

С 1830-х туристская деятельность стала сильно развиваться, за счет чего в стране продолжала совершенствоваться инфраструктура. Расширение туристской географии поспособствовало появлению большего числа гостиничных объектов, в том числе первого отеля в Испании. Позже стали появляться Гран-отели, представляющие собой дворцы с уникальной архитектурой и садово-парковым ансамблем. Такие отели считались роскошными местами проживания.

В конце 1890-х г. появление отеля «Интернасьонал» (исп. Internacional) в г. Барселона стало поворотным моментом в истории гостиничного сектора Испании, поскольку это был первый настоящий отель для туристов, а не только для представителей высшего общества. В начале 1900-х г. начали открываться крупные отели, стали проводиться туристские конференции, планировалось создание туристских и гостиничных ассоциаций, создавались и публиковались путеводители по Испании, появилась готовность у местных инвесторов вкладывать денежные средства в гостиничный комплекс Испании. С этого момента туризм в Испании стал приобретать массовый характер, а число иностранных туристов и количества гостиниц продолжало расти вплоть до Гражданской войны в Испании (1933-1934 гг.).

В 1950-х гг. после Второй мировой войны массовый туризм обусловил стандартизацию туристических услуг, поспособствовал созданию заранее

подготовленных, индивидуальных, подсчитанных «пакетов услуг». Этот набор услуг по единой цене предлагался иностранным туристам и гражданам Испании в каталогах туроператоров. В период с 1959-1982 гг. в экономике Испании наблюдались положительные темпы роста, которые также были связаны со сферой туризма и гостеприимства. В 1982 г. в Испанию прибыло 23,7 млн. международных туристов, и страна стала второй в мире по числу международных прибытий.

В 1995 г. по числу международных прибытий Испания занимала 3 место в мире, уступая Франции и США – 34,9 млн. чел., а также 4 место в мире по числу поступлений от реализации туристических услуг – 25,5 млрд. долл. США по данным Всемирного банка. До 2008 г. наблюдалась положительная динамика роста таких показателей, как число прибытий международных туристов и доходы от международного туризма. Среднегодовой темп роста числа иностранных туристов составил +1,06%, а среднегодовой темп роста поступлений от международного туризма – +1,27%. В общей сложности, общий прирост по прибытиям был +3,18%, а по денежным поступлениям от туризма – +3,82%.

Высокие показатели деятельности гостиничных объектов Испании во многом обусловлены заинтересованностью испанских властей, местных и иностранных инвесторов в развитии сферы туризма и гостеприимства в Испании. За счет средств государства, местных и иностранных инвестиций в стране удалось улучшить туристскую инфраструктуру, построить новые отели и иные средства размещения, улучшить внешний облик скверов, парков, памятников истории и культуры, архитектурных зданий, а также жилых домов, магазинов, кафе и ресторанов и массовых общественных мест (спортивные стадионы, концертные залы).

## **1.2 Современное состояние гостиничного сектора Испании**

На сегодняшний день сфера туризма и гостеприимства является одним из ведущих секторов испанской экономики. По данным Всемирного банка Испании было выявлено, что в 2021 г. в структуре ВВП сектор туризма составлял около 13,6%, из которых на сектор гостеприимства приходилось 5,4% [88]. Такие данные свидетельствуют о высокой важности и значимости туризма и гостиничного сектора для экономики Испании, поскольку они считаются одними из основных источников дохода страны.

В качестве доказательства эффективного функционирования испанского гостиничного комплекса стоит привести данные Всемирного банка и статистических комитетов INE, CEIC Data и Statista за последнее десятилетие (2011-2021 гг.) (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика показателей числа международных прибытий, доходов от реализации гостиничных услуг и числа гостиничных объектов Испании

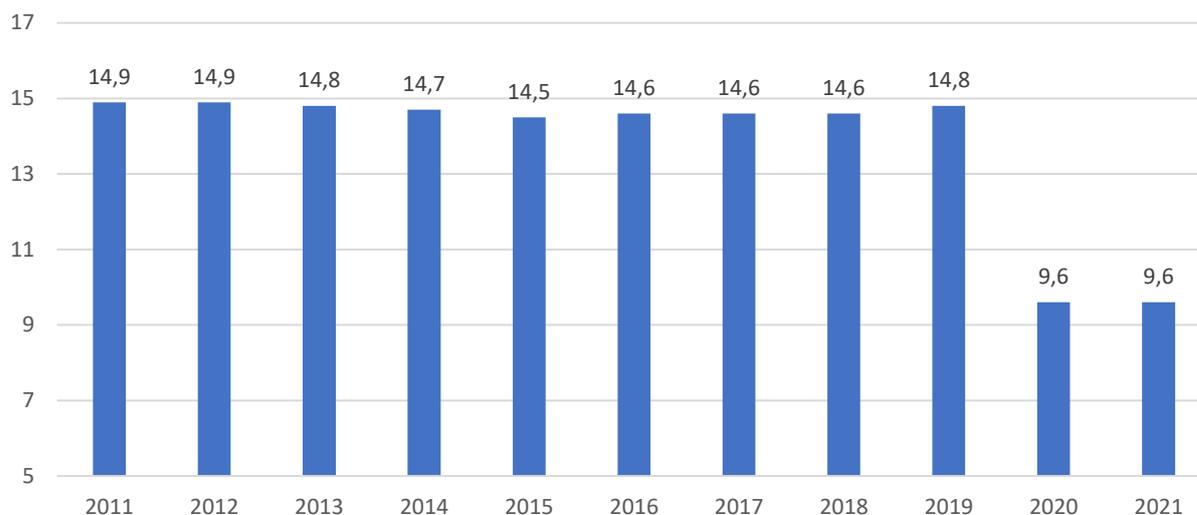
Год	Количество международных прибытий, млн. чел.	Доходы от оказания туристических услуг, млн. долл. США	Доходы от реализации гостиничных услуг, млн. долл. США	Доля доходов от гостиничных услуг в структуре доходов от международного туризма, %
2011	52,0	2200,0	520,3	23,7
2012	54,0	2260,0	540,5	23,9
2013	59,0	2420,0	580,0	24,0
2014	63,0	2530,0	610,9	24,1
2015	66,0	2700,0	670,8	24,8
2016	75,3	3100,0	670,0	24,0
2017	81,8	3350,0	870,0	25,9
2018	82,8	3600,0	680,0	18,8
2019	83,5	3800,0	1050,3	27,6
2020	19,0	2000,0	180,9	9,0
2021	31,1	2600,0	340,8	14,2

Примечание – Источник: составлено автором по данным [86].

Анализируя данные числа международных прибытий и доходов от оказания туристических услуг в Испании, можно сказать, что в целом показатели имели положительную динамику с 2011 по 2019 г., с 2011 г. по отношению к 2019 г. прирост международных прибытий в Испанию составил +37,7%, прирост поступлений от реализации гостиничных услуг был +50,3%. В период с 2011 по 2019 гг. в Испании наблюдается развитие туризма и гостеприимства с постоянной положительной динамикой. В среднем ежегодные темпы роста количества международных туристских прибытий составили +19%, доходов от оказания туристических услуг – +7%, а гостиничных услуг – +12,3%.

Однако в 2020 г. можно увидеть резкий спад числа международных прибытий и доходов от реализации гостиничных услуг в связи с ограничениями, последовавшими от пандемии COVID-19. В 2020 г. по отношению к 2019 г. из-за кризиса показатели сферы гостеприимства

сократились более чем на 70% (поток международных туристов сократился на –77,2%, а доходы от реализации гостиничных услуг упали на –82%).



**Рисунок 15 – Динамика количества гостиничных объектов Испании, тыс. ед.**

**Примечание – Источник: [56].**

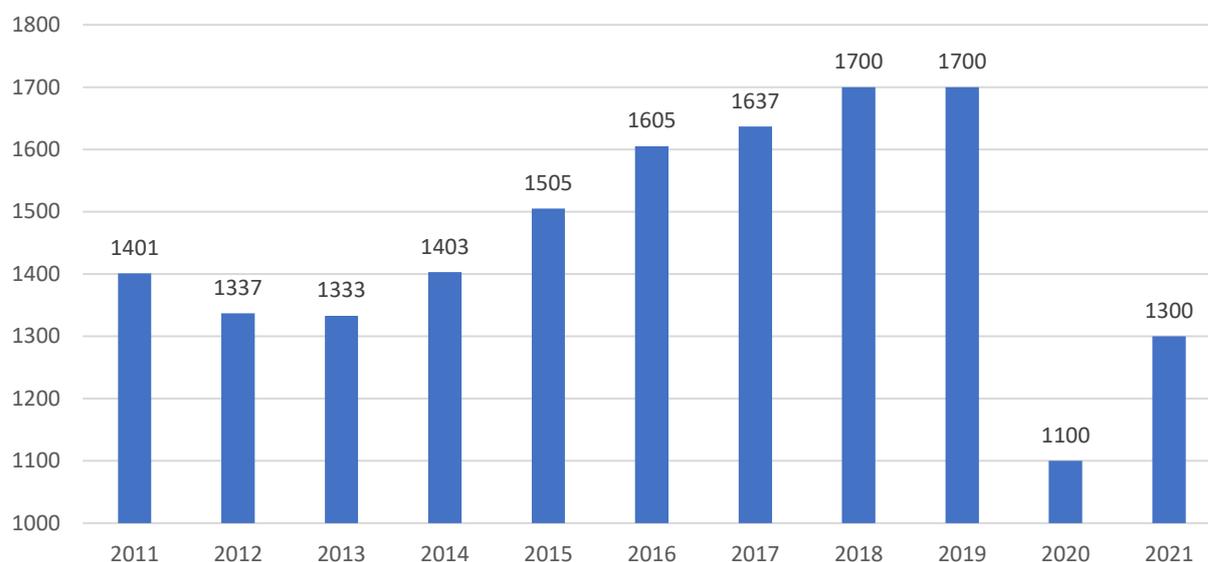
Анализируя данные по численности гостиниц в Испании в период с 2011 по 2021 гг. очевидно, что до 2020 г. гостиничный сектор страны находился в стабильном положении, а общее количество гостиничных объектов составляло 14,5 тыс. В следствие негативного влияния COVID-19 (после 2019 г.) на функционирование гостиничного комплекса Испании, число гостиничных объектов страны сократилось до 9,6 тыс. (–36%), поскольку из-за пандемии большинство гостиниц Испании стали банкротами.

Однако в 2021 г. гостиничный сектор Испании, благодаря поддержке государства, снижению ковидных ограничений, открытию границ и иностранным инвестициям, стал постепенно восстанавливаться. Как минимум об этом говорит увеличение международных прибытий (+38,9%) и доходов испанских гостиниц (+45,6%) по сравнению с 2020 г.

Более того, функционирование гостиничного комплекса Испании обеспечивается квалифицированными работниками в сфере гостеприимства. Так, согласно данным INE, в период с 2011 по 2021 гг. на гостиничных объектах Испании насчитывалось в среднем более 1 млн. работников (рисунок 16) [6]. Наиболее высокие показатели занятости отмечаются с 2016 по 2019 гг. – более 1,5 млн. чел. работало в гостиничном секторе. Что касается заработной платы сотрудников сферы гостеприимства, то в среднем она составляет 1 500 евро в месяц, а зарплата менеджера отеля в Испании варьируется от 2 190 евро в месяц (минимальная зарплата) до 7 560 евро в месяц (максимальная зарплата) [70]. Такая заработная плата в отеле находилась на уровне средней оплаты труда по стране (1 500 евро на 2019 г.). Кроме того, для сотрудников

гостиничного сектора существуют все перспективы для повышения заработной платы и продвижения по карьерной лестнице.

Несмотря на кризис, вызванный COVID-19, отельерам удалось сохранить число рабочих мест (на 2020 г. в испанских гостиницах работало 1,1 млн. чел.) благодаря правовой и финансовой поддержке государства в сложный для гостиниц и других туристических предприятий.



**Рисунок 16 – Численность населения, занятого в гостиничном секторе Испании, млн. чел.**

**Примечание – Источник: [6].**

Кроме того, высокая результативность функционирования гостиничного сектора Испании во многом возможна благодаря подходу в координации и регулировании данной сферой деятельности. В основе правового регулирования сферы туризма и гостеприимства Испании лежит Закон Испании № 48/1963 «О компетенции в области туризма» и Декрет «О деятельности частных туристских предприятий» от 14 января 1965 г. Кроме того, каждая из 17 автономных сообществ Испании имеет собственное законодательство по регулированию туристической деятельности. Национальное законодательство по туризму кроме прочего регулирует отношения между покупателем и поставщиком туристических и гостиничных услуг, а также все условия, на которых физическим и юридическим лицам разрешается заниматься туристской и гостиничной деятельностью, порядок оказания туристских и гостиничных услуг, меры контроля со стороны государства и санкции к нарушителям законов, указанных выше.

Главным национальным органом, которому подчиняются все организации сферы туризма и гостеприимства 17 автономных сообществ

является Министерство промышленности, торговли и туризма (исп. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo). В подчинении данного Министерства находится Государственный секретариат по вопросам туризма в Испании (исп. Secretaría de Estado de Turismo), который с 15 июля 2020 г. по настоящее время возглавляет госсекретарь Фернандо Вальдес Верельст. Роль Госсекретариата заключается в определении, разработке, согласовании и реализации государственной туристической политики (приложение А) [51]. В подчинении у Министерства также находятся такие организации, как TURESPAÑA, SEGITTUR и Paradores, которыми также регламентируется деятельность в секторе гостеприимства в Испании.

TURESPAÑA является государственным органом, прикрепленным к Министерству промышленности, торговли и туризма через Государственный секретариат по туризму, ответственный за маркетинг Испании как туристического назначения в мире (рисунок 17). Кроме того, этот орган работает с использованием и синтезом smart data, соответствующего с точки зрения туризма, в создании и распространении цифровых туристических знаний, на основе которых можно разрабатывать и оптимизировать маркетинговые стратегии для развития индустрии туризма и гостеприимства в Испании [94].



**Рисунок 17 – Испанский туроператор, входящий в Совет по туризму, и являющийся государственным органом при Министерстве промышленности, торговли и туризма Испании.**

**Примечание – Источник: [94].**

SEGITTUR является мощным и эффективным испанским туроператором, способным внести свой вклад в развитие, модернизацию и поддержание ведущей туристической отрасли с помощью технологических инноваций (рисунок 18). Он генерирует и управляет технологиями, знаниями и инновациями, необходимыми для повышения конкурентоспособности, качества и устойчивости в экологической, экономической и социальной областях туризма. Распространяет, продвигает и внедряет на национальных и международных туристических рынках передовой практики, знаний и технологических инноваций, которые сделали Испанию мировым эталоном в области международного туризма и гостеприимства. Периодически данный

орган управления публикует разнообразные отчеты по результативности функционирования гостиничных объектов и иных туристических предприятий Испании [71].



**Рисунок 18 – Крупнейший туроператор Испании, ответственный за инновации и технологии, государственный орган при Министерстве промышленности, торговли и туризма Испании.**

**Примечание – Источник: [71].**

PARADORES гостиничная сеть, которая также является инструментом туристической политики Министерства, который проецирует образ современности и качества испанского туризма за рубежом и способствует территориальной интеграции, восстановлению и поддержанию историко-художественного наследия Испании, также сохранению и использованию природными ресурсами страны (рисунок 19). Также, сеть гостиниц Paradores имеет 83 гостиницы, размещённые в зданиях, представляющих историческую ценность Испании [63].



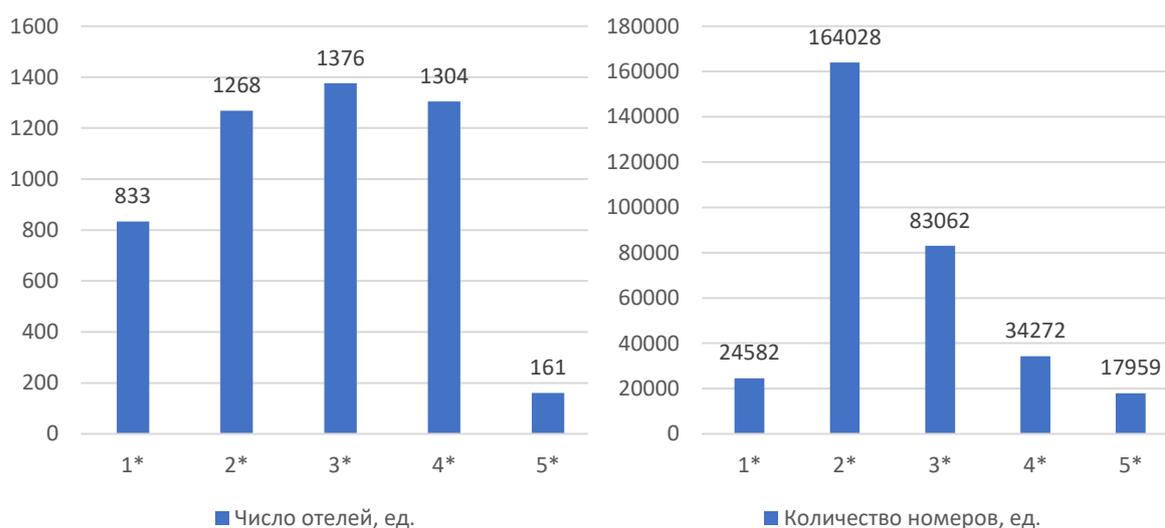
**Рисунок 19 – Гостиничная сеть Испании, государственный орган при Министерстве промышленности, торговли и туризма Испании.**

**Примечание – Источник: [63].**

К слову, на территории Испании расположена штаб-квартира Всемирной туристской организации (ЮНВТО). Несмотря на то, что ЮНВТО не имеет прямого влияния на туристическую деятельность в Испании, ее деятельность внутри страны поддерживает развитие сферы туризма и гостеприимства в стране.

Помимо всего вышесказанного, все процессы, связанные с туристической и гостиничной деятельностью, корректируются программами и стратегиями развития туризма в Испании. Обычно такие программы выпускают подчиненные организации, как TURESPAÑA, SEGITTUR, PARADORES под управлением Министерства туризма Испании. Примером такой программы можно назвать «Plan de turismo de España 2020», где указаны все последствия от пандемии коронавируса на туристический сектор Испании, а также тенденции, темпы роста, стратегии, пути решения многих проблемных вопросов, а также перспективы восстановления и развития туризма Испании после глобального кризиса [68].

Что касается классификаций отелей по количеству звезд (классическая классификация), то стоит отметить, что на их долю приходится более половины всех гостиничных объектов Испании. На 2020 г. 4942 гостиницы (51,4%) из 9600 составляли отели с категориями от 1-ой до 5-ти звезд. Анализируя данные рисунка 19, очевидно, что больше всего гостиниц было категории 3-х звезд (1376 гостиница), а менее всего с категорией 5 звезд (161 гостиница). Однако по числу номерного фонда больше всего номеров у гостиниц категории 2 звезды (164028 номеров), и также меньше всего у отелей категории 5 звезд (17959 номеров). Судя по предложению номерного фонда гостиничных объектов Испании, то большинство гостиниц страны ориентированы на туристов со средним бюджетом (от 2-х до 3-х звезд), и их достаточно большой номерной фонд позволяет разместить около 500 тыс. туристов за ночь [56].

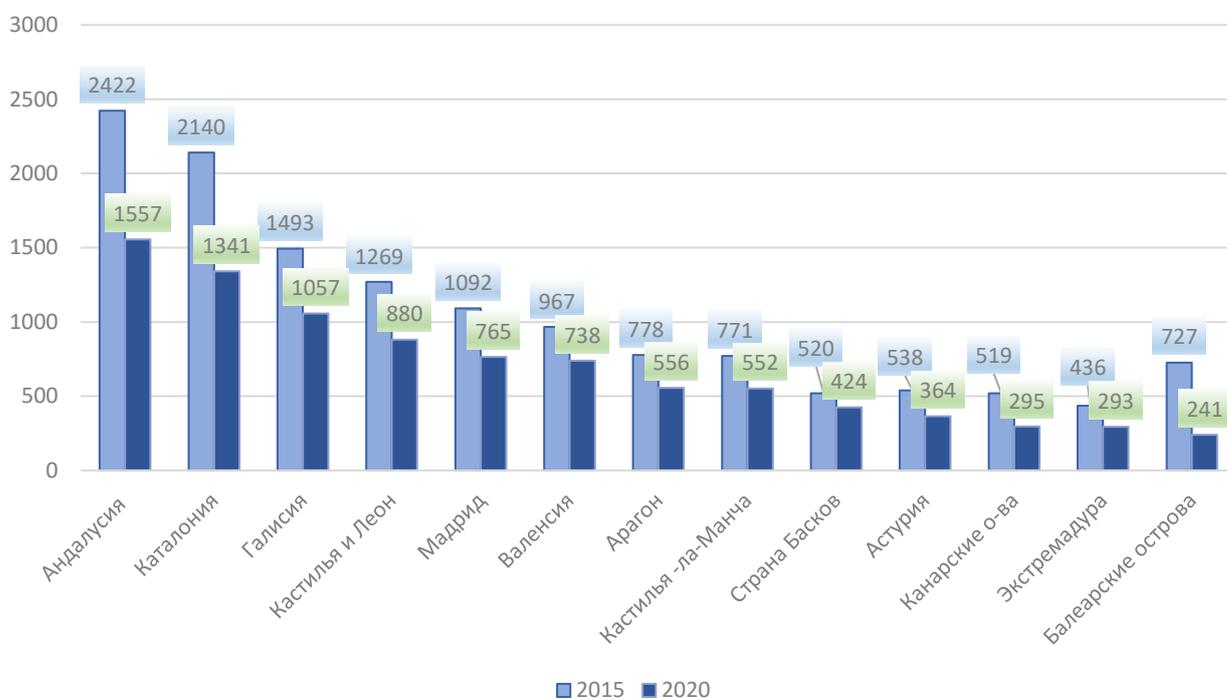


**Рисунок 20 – Количество отелей Испании по категории звезд и их номерного фонда.**

**Примечание – Источник: [56].**

Высокая доля сертифицированных гостиниц в Испании свидетельствует о высоком качестве оказываемых услуг в гостиницах страны, и, о высоком уровне международной конкурентоспособности гостиничного сектора в целом ввиду гарантий в предоставлении гостиничных услуг.

Помимо общих показателей деятельности гостиничных объектов и структуры их управления, следует рассмотреть распределение гостиниц по автономным сообществам Испании. По оценке экспертов из Школы управления туризмом (Ostelea)<sup>3</sup>, на 2015 г. Андалусия являлась автономным сообществом с наибольшим количеством отелей в Испании (2422 гостиниц), за которым следует Каталония (2140 гостиниц) [58]. Самое маленькое число гостиниц наблюдается в Ла-Риоха (141 отель) и Мурсия (161 отель). В 2020 г. в Андалусии насчитывалось 1557 гостиниц, в Каталонии 1341 гостиниц, в Галисии – 1057 гостиниц, Кастильи и Леон 880 и Мадриде – 764 гостиницы (рисунок 21).



**Рисунок 21 - Динамика числа гостиниц Испании по автономным сообществам, ед.**

**Примечание – Источник: [58].**

По сравнению с 2015 г. в 2020 г. число гостиничных объектов Испании в среднем сократилось на –29,8% из-за пандемии коронавируса. Однако

<sup>3</sup> Школа управления туризмом (Ostelea) является частью Planeta Formación y Universidades (PFU), одной из крупнейших международных сетей учебных заведений в мире, которая занимается подготовкой специалистов в области туризма, а также научной деятельностью. В Барселонском кампусе Школа управления туризмом Ostelea является филиалом Университета Лериды [62].

Андалусия, Каталония и Галисия по-прежнему занимают первые места в списке по количеству гостиниц среди всех автономных сообществ Испании. Лидерство данных дестинаций обусловлено повышенным интересом международных и национальных туристов к отдыху на курортах по направлению «солнце и пляж».

По рисунку 21 можно сделать вывод, что большинство отелей сосредоточено на побережьях в популярных автономных сообществах как Андалусия, Валенсия, Галисия, Астурия, Мадрид, Канарские и Балеарские острова. Доля отелей в этих районах по отношению к общему числу гостиниц составляет 47,5% (5994 гостиницы). Меньше всего плотность отелей в таких районах, как Кастилья и Леон, Кастилья-ла-Манча, Эстремадура с долей отелей 13,6% (1725 гостиниц) от общего числа отелей.

Также по данным рисунка 21, можно предположить, что большинство районов Испании по-разному пользуются спросом туристов. Наиболее популярными считаются прибрежные районы и курорты Испании, по туристическому направлению «солнце и пляж», а именно: на Балеарских островах – Пальма-де-Майорка и Ибица; в Валенсии – Коста-Валенсия, Коста-Бланка, Коста-Асаар; в Каталонии – Коста-Брава, Коста-Дорада и др.; в Андалусии – Коста-дель-Соль, Коста-де-ла-Лус и т.д.; на Канарских островах – Тенерифе и Гран-Канария. Единственным внутренним районом с высокой туристической плотностью является Мадрид, где развиваются различные виды туризма, такие как культурный и МІСЕ-туризм (организация деловых встреч и конгрессов) (приложение Б).

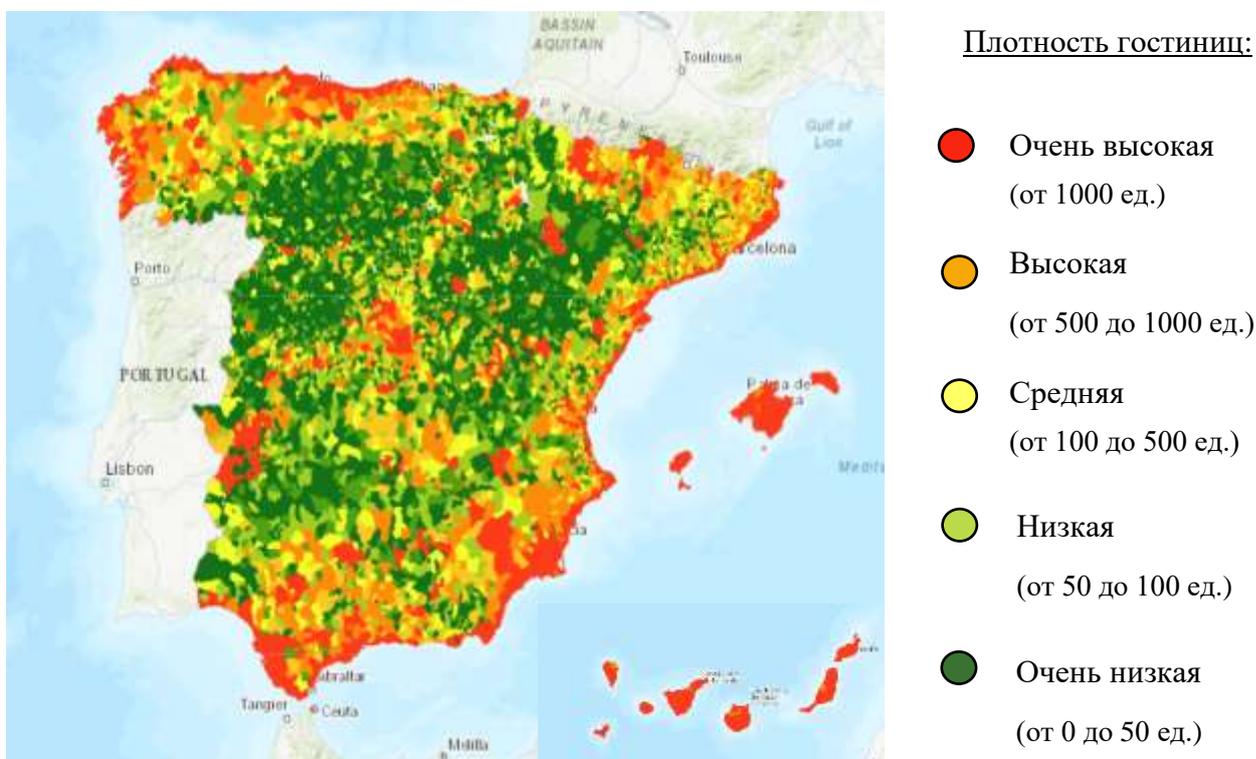
В подтверждение стоит добавить, что в 2021 г. по данным INE общее число туристов, проживающих в гостиницах в этих районах, составило более 15,9 млн. чел. от общего числа всех туристов, проживающих в гостиницах в этот год (20,3 млн. чел.) [58].

Из них 6,9 млн. чел. проживало на Балеарских и Канарских о-вах, 4,2 млн. чел. – в Каталонии, 2,9 млн. чел. – Андалусии и Мадриде (1,9 млн. чел.) и т.д. (приложение В).

Помимо этого, можно выявить закономерность в туристском спросе на популярные регионы и плотность гостиниц в различных районах Испании (рисунок 22).

Таким образом, можно сказать, что в районах, пользующихся высоким туристическим спросом, отражается высокая туристская активность – около 15,9 млн. из 31,1 млн. туристов проживали в гостиницах (около 51.1% от общего числа международных прибытий в 2021 г.). Соответственно, в таких районах сосредоточено больше всего гостиниц - 6,1 тыс. объектов или 63,5% от общего числа гостиниц (9,6 тыс. ед.).

Изучив количественную характеристику испанских гостиничных объектов, следует учесть разновидность данных средств размещения, что отражено в классификации отелей Испании.



**Рисунок 22 - Районирование провинций Испании по плотности гостиниц и иных средств размещения на территории.**

**Примечание – Источник: [96].**

Гармонизация классификаций отелей Испании – это вопрос, который обсуждается на протяжении десятилетий всеми туристскими ассоциациями и испанскими отельерами. Все когда-либо существующие классификации гостиниц страны были созданы для обеспечения прозрачности деятельности гостиницы для иностранных туристов, которые выбирают среди всего многообразия средств размещения, где провести ночь или остаться на более длительное время. Также классификации были созданы для общего представления гостиниц туристам и инвесторам в соответствии с их оказываемым спектром услуг. Для того, чтобы не допустить разочарования туристов по фактору «цена-качество», туристские агентства и ассоциации или органы по классификации отелей установили ряд критериев для оценки гостиничных объектов Испании.

Классификация отелей по звездам в Испании основана на общеевропейских принципах, но имеет собственные национальные особенности. Мировая практика определять класс отеля «звездами» в Испании существует довольно давно. Эта система обладает принципиальными

отличиями в общемировой оценке гостиниц, используя при этом стандартные критерии, большинство которых соответствует требованиям ЮНВТО.

В Испании существует региональная обязательная система классификации отелей. Это означает, что каждый из семнадцати регионов Испании принимает свои собственные стандарты для каждой звездной классификации отелей, которые регулируются государственными органами по туризму. Все они классифицируются по пятизвездочной рейтинговой системе, и в целом используемые критерии аналогичны критериям Великобритании.

В ряду ассоциаций, объединяющих международных и национальных туроператоров и гостиницы, а также занимающихся классификацией и гармонизацией отелей в Испании являются:

1. ЕСТАА (The European Travel Agents' and Tour Operators' Associations) была основана в 1961 г. в Бад-Кройцнахе (ФРГ) национальными ассоциациями турагентов и туроператоров 6 государств-учредителей Европы. Другие национальные ассоциации присоединились к ЕСТАА с последовательным расширением ЕС, и на сегодняшний день ассоциация объединяет национальные ассоциации стран-членов ЕС, а также Норвегии, Швейцарии и Великобритании. Кроме того, в ассоциации есть три международных члена из Туниса, Малайзии и Израиля [82].

2. HOTREC представляет собой ассоциацию отелей, ресторанов, баров и кафе и аналогичных заведений в Европе, которая объединяет 47 национальных ассоциаций в 36 странах и является голосом индустрии гостеприимства в Европе. высшим директивным органом HOTREC является Генеральная Ассамблея, которая объединяет представителей всех членов ассоциации [39].

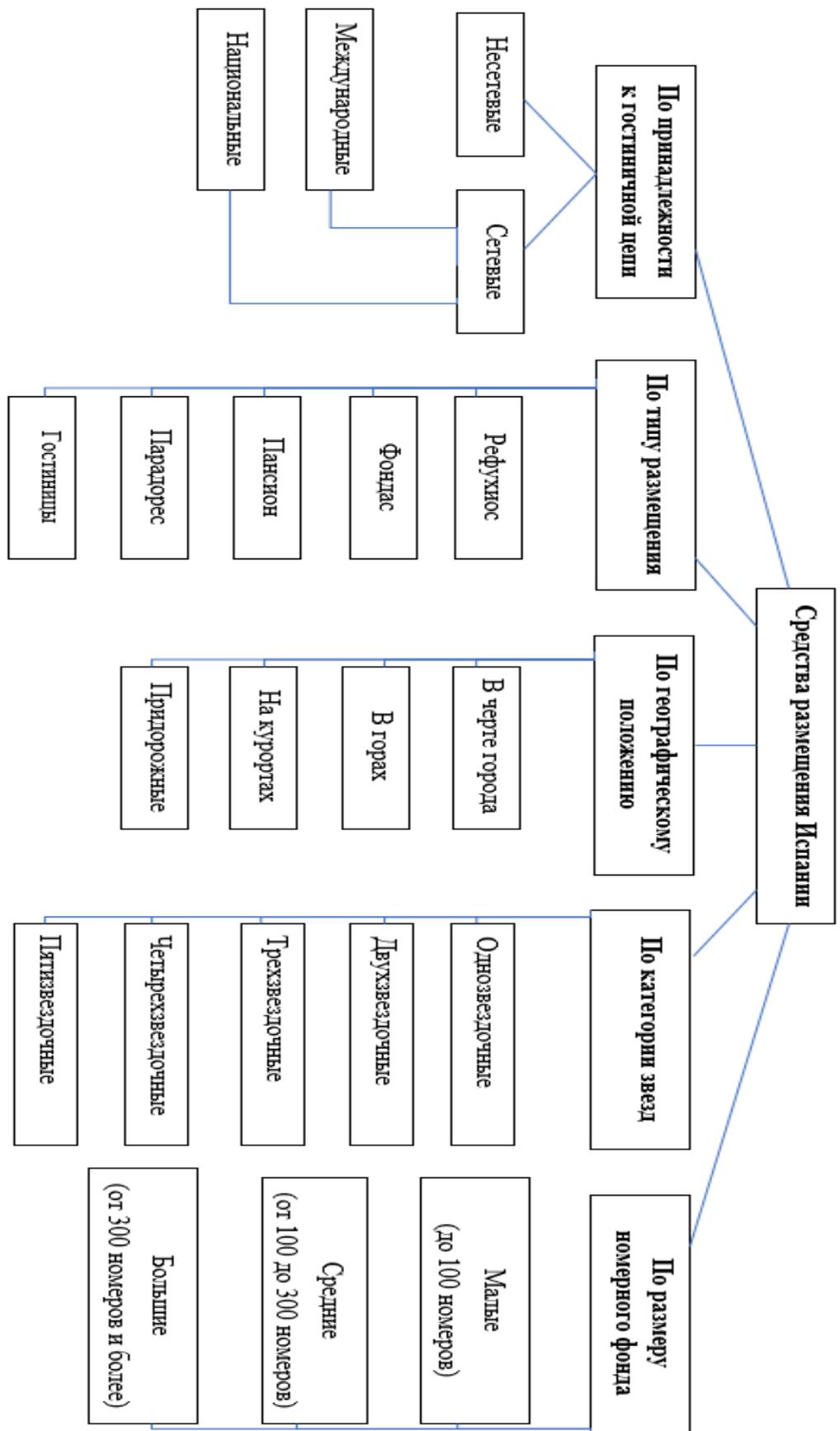
3. Hotelstars, созданный под патронажем HOTREC, был основан в 2009 г. Союз Hotelstars предоставляет гармонизированную классификацию отелей с общими критериями и процедурами в странах-участницах, таких как Болгария, Кипр, Чешская Республика, Дания, Эстония, Франция, Грузия, Германия, Венгрия, Исландия, Италия, Норвегия, Польша, Испания, Швеция, Швейцария, Великобритания и др. Создавая прозрачность и безопасность для гостей, она способствует повышению репутации и качества гостиничной индустрии и, таким образом, укрепляет гостиничный маркетинг [33].

Среди самых распространенных критериев классификации отелей Испании исследуются: уровень и качество обслуживания, расположение отеля, сегмент рынка, имидж организации, качество маркетинговой деятельности и т.д. Стоит отметить, что соблюдение классификаций является добровольным для национальных и международных гостиниц в Испании.

В целом, учитывая все разнообразие возможных классификаций, была составлены на основе различных классификаций гостиниц в Испании, которые выглядят следующим образом (рисунок 23)

Кроме того, немаловажным отличием в общей классификации отелей Испании является тот факт, что она проводится не только по звездам, но и по классам отельной недвижимости. И здесь у испанцев проявляются черты национального гостеприимства, которые формировались в стране веками. Особенностью испанской классификации отелей является распределение гостиничных объектов по типу средств размещения: *Рефухиос (Refugios)* представляют собой хостел или общежитие минимальным спектром услуг и низкими ценами, которые используют путешественники с ограниченным бюджетом. Чаще всего такое средство размещения в Испании можно встретить в окрестностях крупных национальных парков или в отдаленных районах от больших городов; *Фондас (Fondas)* являются небольшими отелями Испании, рассчитанными на 4-5 номеров. Чаще всего такие средства размещения предоставляют лишь небольшие комнаты для сна, хотя иногда помимо комнаты туриста могут покормить традиционными испанскими блюдами на завтрак или ужин; *Пансион (Pensiones)* – это классический вариант проживания в Испании по системе «кровать и завтрак» (Bed & Breakfast) с национальной спецификой. Помимо этого, пансионы имеют собственную классификацию, предусматривающую определенные стандарты, которые менее строгие, чем в отелях. Пансионы могут быть как сельской гостиницей, так и бывшим отелем, утратившим свой прежний статус и звездный рейтинг; *Парадорес (Paradores)* представляют собой самые дорогие гостиницы Испании, несмотря на то что в переводе с испанского означают «мотель» или придорожную гостиницу. Чаще всего «парадорес» располагаются в исторически значимых местах, в виллах бывших донов, дворцах, замках, особняках и имениях. К «парадорес» также относятся современные отели Испании, построенные в традиционном национальном стиле.

Кроме этого, в Испании существует еще одна специфическая классификация гостиниц по уровню сервиса гостиничных услуг, предложенная компанией AA Hotel and Hospitality Services. В основе данной классификации лежат Общие стандарты качества (Common Quality Standarts), которые разделяют средства размещения, в том числе и отели, на объекты размещения с серебряными звездами (Silver star), золотыми звездами (Gold star) и красными звездами (Red Star), которые, в свою очередь, имеют разделение по звездам. В Испании используется разделение на золотые и серебряные звезды. Например, отель может быть уровня 4 золотых звезды. Их различие отражается в объеме и качестве предоставляемых услуг.



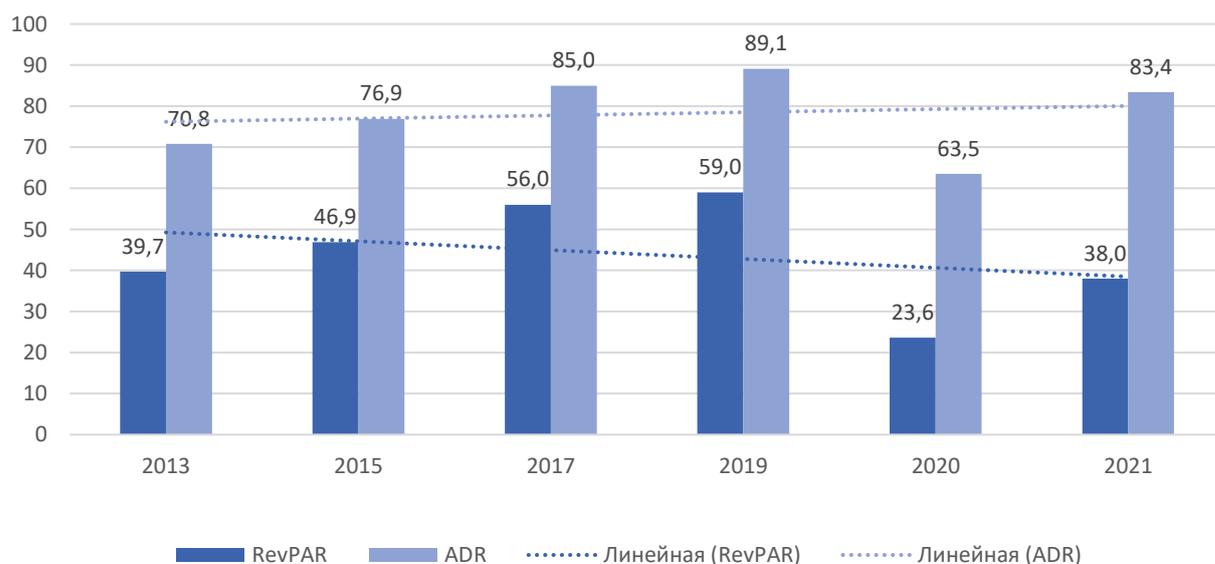
**Рисунок 23 - Классификация средств размещения Испании.**  
**Примечание – Источник: составлено автором по данным [33].**

Silver star отели – это зарекомендовавшие себя отели на испанском рынке гостиничных услуг, предлагающие достойный уровень качества, высокие стандарты гостиничного обслуживания, чистоты, а также имеют награду AA Rosette за качество еды в ресторанах и кафе. Более качественные и люксовые гостиницы, а именно Gold star отели Испании характеризуются более широким спектром услуг, чем Silver star отели, включая всевозможные индивидуальные пожелания клиентов.

Несмотря на все многообразие гостиничных объектов Испании, наиболее популярными для иностранных туристов со всего мира являются гостиницы по категории звезд, поскольку они больше соответствуют международным стандартам гостеприимства.

Результативность функционирования гостиничного комплекса Испании, помимо грамотной гармонизации классификации испанских гостиниц и организованной структуре управления туризмом и гостеприимством, можно подтвердить показателями RevPAR, ADR, загрузки отелей, занятости населения в гостиничном секторе, средней продолжительности пребывания гостей в испанских отелях, числа гостиничных сетей Испании, а также инвестиций в гостиничный комплекс страны.

Говоря о показателях RevPAR и ADR, во всех испанских гостиницах, можно отметить положительную динамику роста данных показателей до 2020 г. (рисунок 24). Этот факт подтверждает высокую финансовую результативность гостиниц Испании за предоставление гостиничных услуг международным и местным туристам. Что касается 2020 г., то уменьшение RevPAR составило –60%, а ADR сократился на –28,7%.



**Рисунок 24 – Динамика показателей деятельности гостиниц Испании: RevPAR и ADR, 2019–2021 гг., евро.**

**Примечание – Источник: составлено автором по данным [8].**

Причинами уменьшения RevPAR в 2020 г. стала вспышка и распространение COVID-19 с последующим сокращением передвижений туристов и закрытием границ, из-за чего гостиничным объектам пришлось повысить расходы на содержание помещений, работников и сырья (для отдела F&B). Также из-за снижения спроса на гостиничные номера сократился ADR на –28,7%, и таким образом гостиничные объекты пытались максимально привлечь туристов. А уже в 2021 г. видно, что гостиничный сектор слегка восстановился и поскольку возобновились туристские движения на территории Испании, то показатель ADR тем временем увеличился на +31,3% и составил 83,4 евро за номер, хотя RevPAR относительно не поменялся, поскольку многие гостиничные объекты не могли расплатиться по обязательствам и долгам, которые они приобрели еще во время кризиса.

Также средняя цена на номер в месяц в испанских отелях (кроме отелей премиум класса) в 2021 г. составила 115 евро за ночь, и этот показатель выше на +18,5 %, чем в 2020 г. (96,5 евро) [8]. Поскольку гостиничный сектор в 2021 г. только восстанавливался от последствий пандемии COVID-19, то затраты на развитие и поддержание состояния гостиничных объектов Испании уходило слишком много финансовых затрат, а также еще небольшой спрос от иностранных и местных туристов отразился на доходах за номер в испанских гостиничных объектах.

Таблица 3 – Динамика RevPAR, ADR и заполняемости гостиниц Испании и стран Европы, евро

страна	RevPAR, евро		2019 vs 2020, %	ADR, евро		2019 vs 2020, %	Загрузка отелей, %		2019 vs 2020, %
	2019 г.	2020 г.		2019	2020		2019	2020	
Германия	74,0	26,0	– 64,8	101,0	91,0	–9,9	72,0	33,0	– 54,1
Италия	140,0	41,0	– 70,7	89,0	–	–	71,0	32,0	– 54,9
Франция	64,0	28,0	– 53,3	93,0	78,0	–16,1	70,0	33,0	– 52,8
Португалия	61,0	26,0	– 57,3	83,0	99,0	+19,2	70,0	30,0	– 57,1
Испания	59,0	23,0	– 61	89,1	63,0	–29,2	60,1	33,7	– 43,9

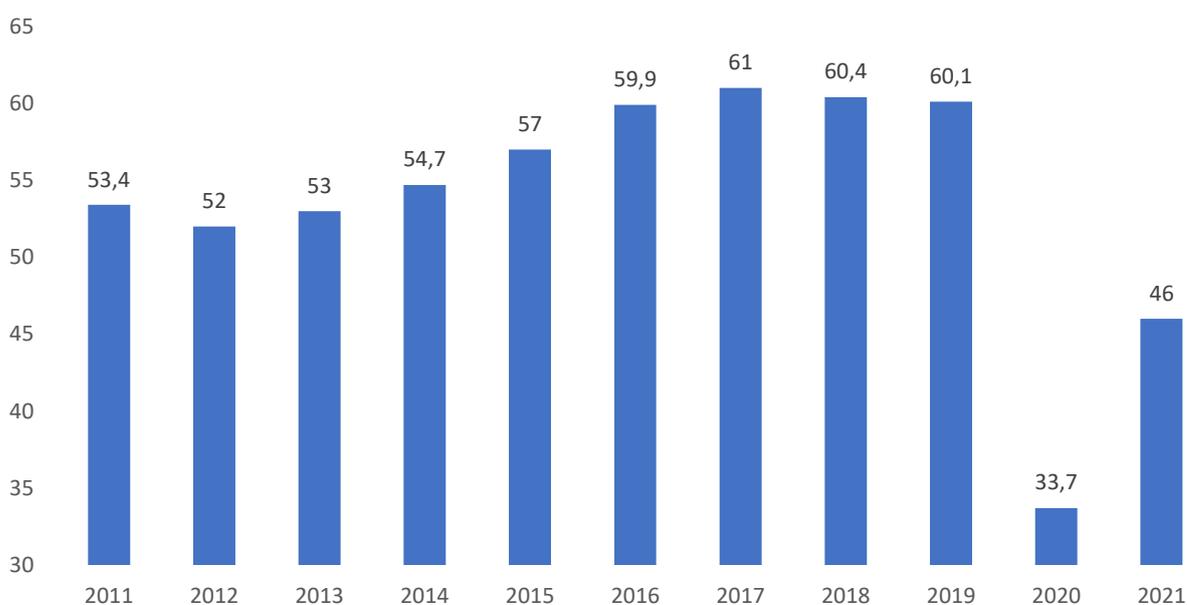
Примечание – Источники: составлено автором по [88; 77].

По сравнению с другими странами, показатели RevPAR, ADR и заполняемости гостиниц Испании средние по Европе. В период 2019–2020 гг. по показателю RevPAR среди стран ЕС лидирует Италия, по ADR – в 2019 г.

Германия и в 2020 г. Португалия, по загрузке номерного фонда – в 2019г. Германия и в 2020 г. Испания.

Несмотря на коронавирусный кризис в 2020 г., как было отмечено выше, Испания постепенно стала восстанавливаться от последствий пандемии к 2021 г. Это говорит об относительной устойчивости и адаптивности испанского гостиничного сектора к изменениям в окружающей среде и хорошей поддержке государства по развитию туризма и гостеприимства в стране.

В дополнение к таблице 3, можно добавить, что по загрузке отелей Испании наблюдается стабильная динамика с 2011 до 2020 гг. (рисунок 25). Рекордный максимум загруженности отелей Испании был зафиксирован в августе 2019 г. (79,16 %), а минимум в апреле 2020 г. (0,0%). Для сравнения данных и выявления динамики по заполняемости отелей в Испании можно взять июль месяц, когда активно протекает летний сезон, который весьма популярен у иностранных туристов. В июле 2019 г. заполняемость отелей Испании составила 74%, в 2020 г. того же месяца стала 38% (снижение на 48,6%), а в июле 2021 г. – 56% (увеличение на 47,3%) [77].



**Рисунок 25 – Загрузка гостиниц Испании в 2011–2021 гг., в %.**

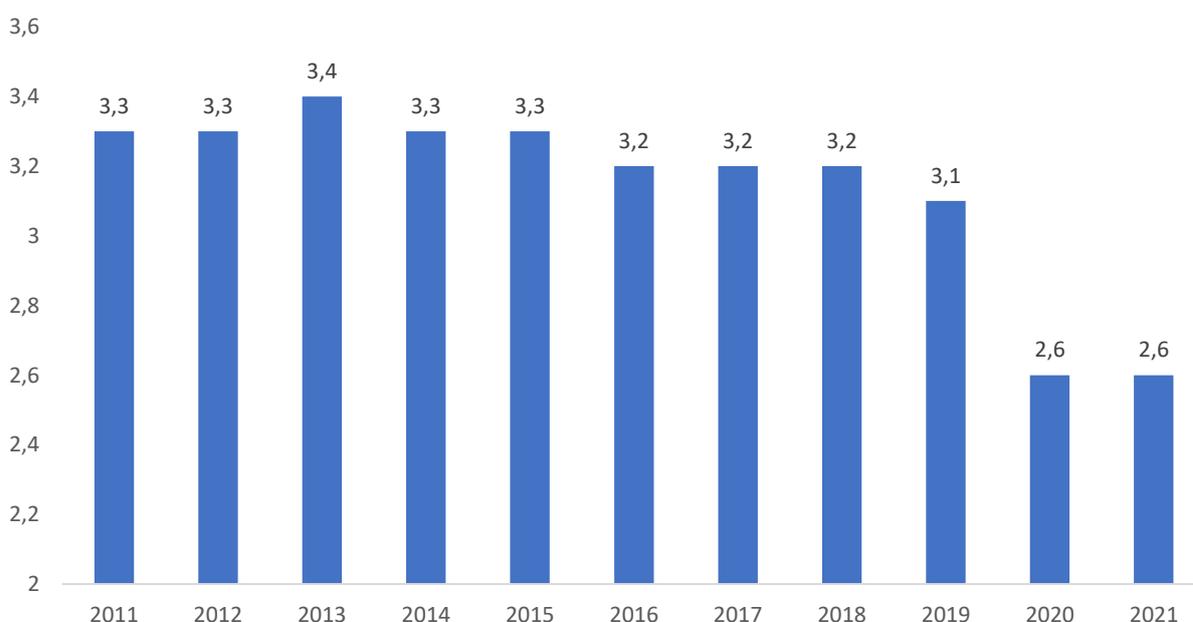
**Примечание – Источник: [77].**

Если говорить о ежегодных темпах роста, то в 2020 г. наблюдалась отрицательная динамика заполняемости испанских отелей по сравнению с 2019 г. Этот показатель сократился на 21,8% или 14,5 пунктов. На показатель загрузки отелей Испании, как и на любые другие отели в мире влияет множество факторов: сезонность, стоимость номера и услуг, акции или скидки, на какой сегмент аудитории рассчитан отель и его услуги.

Вместе с исследованием загрузки гостиниц Испании стоит учитывать среднее пребывание туристов в гостиничных объектах, поскольку эти два

показателя отражают заинтересованность туристов в проживании в отелях (рисунок 26).

Если рассмотреть динамику за последние 10 лет, то мы увидим, что среднее пребывание иностранных туристов в испанских отелях составляло 3,2 дня. Эти данные говорят о том, международные и внутренние туристы в Испании задерживаются ненадолго. Одним из факторов короткого пребывания в стране можно учесть вход страны в шенгенскую зону, где передвижение между странами не ограничивается контролем, только если условным. Поэтому международные туристы стран шенгена могут приезжать на пару дней в одну страну, затем путешествовать в другую. Долгое пребывание в Испании обеспечивается исключительно туристами их стран не шенгенского соглашения, потому как для приезда и нахождения в этой стране необходимо составить пакет документов, оплатить визовый сбор, пройти таможенный контроль, что побуждает иностранных туристов остаться в стране подольше.

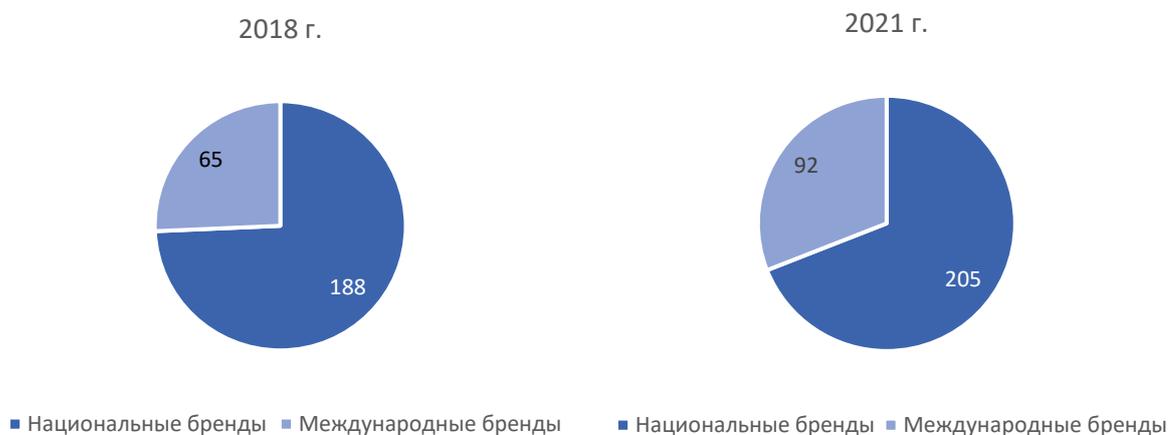


**Рисунок 26 – Динамика средней продолжительности пребывания туристов в испанских гостиницах 2011–2021 гг., дни.**

**Примечание – Источник: [10].**

Отличительной особенностью гостиничного сектора Испании является высокая доля сетевых отелей от общего числа гостиничных объектов страны (35%) По данным доклада «Spain hotels chains 2021» от Horwath NTL, в Испании на 2021 г. существует 2,518 сетевых гостиниц с общим номерным фондом в 395 тыс. комнат. Для сравнения, в 2018 г. их число составляло 2,488 отелей [11].

Всего на рынке гостиничных услуг Испании насчитывается 297 брендов гостиничных сетей, из которых 205 относятся к национальным брендам гостиниц, а 92 – к иностранным (рисунок 27).



**Рисунок 27 – Динамика числа национальных и иностранных брендов гостиничных сетей в Испании 2018–2021 гг.**

**Примечание – Источник: [11].**

Важно отметить, что значительная доля принадлежит национальным гостиничным сетям. Так, из 295 гостиничных брендов 205 относится к национальным гостиничным сетям (69%), а 92 – к международным (31%).

Ведущими национальными брендами гостиничных сетей в Испании являются: по 5

1. Meliá Hotels International (отелей, комнат);
2. Barceló Hotel Group;
3. Eurostars Hotel Company (приложение Г).

Ведущими международными брендами гостиничных сетей в Испании являются:

1. Marriott International;
2. Accor Hotels;
3. Apple Leisure Group (приложение Г).

Самой крупной национальной гостиничной сетью в Испании является Meliá Hotels International, у которой насчитывается 98 гостиничных объектов и номерной фонд – 28 272 номеров. После нее следует также национальная гостиничная сеть Barceló Hotel Group с 74 отелями и 18 335 комнат. Третьей сетью в списке стоит национальная сеть Eurostars Hotel Co. Hotusa, которой принадлежит 140 гостиниц с общим номерным фондом в 14,481 номеров (таблица 3).

Таблица 3 – ТОП-10 гостиничных сетей Испании

№	Гостиничная сеть	Страна происхождения	Число отелей, ед.	Номерной фонд, ед.
1	Meliá Hotels International	Испания	98	28 272
2	Barceló Hotel Group	Испания	74	18 335
3	Eurostars Hotel Co. Hotusa	Испания	140	14 481
4	Marriott International	США	93	13 429
5	H10 Hotels	Испания	53	11 456
6	Accor Hotels	Франция	93	11 291
7	NH Hotel Group	Испания	93	11 276
8	Riu Hotels & Resorts	Испания	26	10 140
9	Best Hotels	Испания	29	9 368
10	Apple Leisure Group	США	35	9 250

Примечание – Источник: составлено автором по данным [11].

Эти же гостиничные сети входят в тройку лидеров среди ТОП-10 национальных гостиничных сетей.

Одельного внимания заслуживает тот факт, что национальные гостиничные бренды Испании представлены как в Испании, так и за ее пределами, что свидетельствует о высоком уровне конкурентоспособности гостиничного сектора страны на мировой арене, о высоком качестве предоставляемых гостиничных услуг, о высоком уровне профессиональной подготовке кадров и о содействии роста экспорта гостиничных услуг (согласно форме поставки услуг «коммерческое присутствие» (ГАТС<sup>4</sup>)). Например, национальная гостиничная сеть Meliá Hotels International на сегодняшний день включает 374 отелей в 40 странах мира на 4 континентах, из которых лишь 98 гостиниц находятся в Испании. Гостиничная сеть представлена в Испании и мире под брендами Meliá, Gran Meliá, ME by Meliá, Paradisus, Ininside by Meliá, TRYP by Wyndham, Sol Hotels, Club Meliá и др. [49]. Также, национальная гостиничная сеть NH Hotel Group в настоящее время управляет более чем 350 отелями в 28 странах мира (с 93 отелями в Испании), и на мировом рынке гостиничных услуг сеть представлена под брендами Anantara, NH Collection, nhow Hotels, Tivoli, NH Hotels, Elewana Collection и Avani [54].

Как видно из выше представленной информации, в гостиничном секторе Испании наблюдается ярко выраженное превосходство национальных

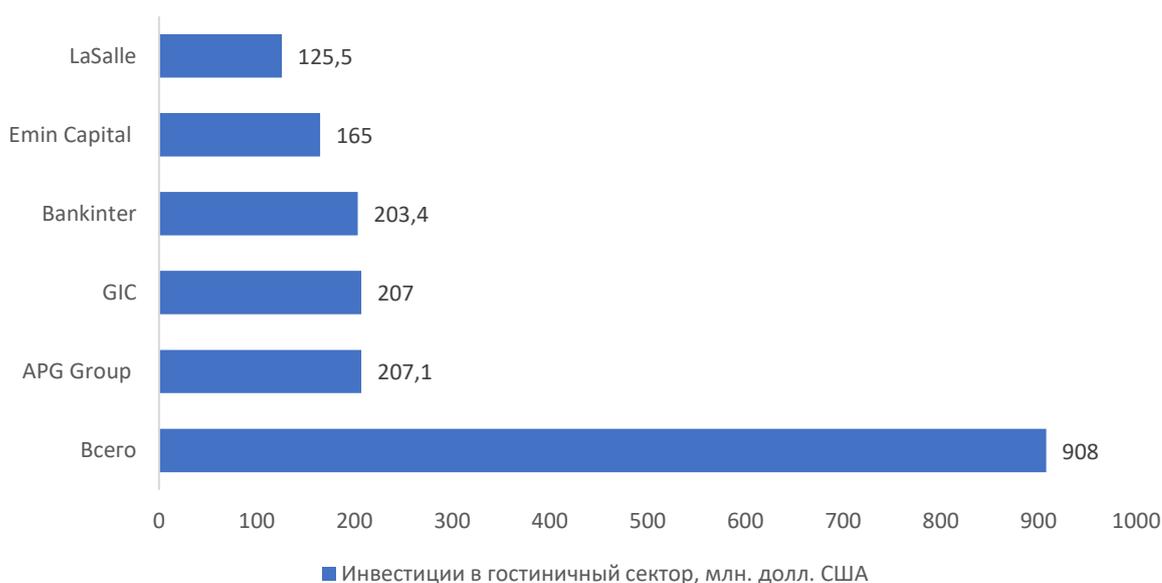
<sup>4</sup> Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС) представляет собой соглашение, в котором на зафиксированы принципы и правила, регулирующие международную торговлю услугами.

испанских брендов отелей и в части количества гостиничных объектов, и в части номеров. Все это обусловлено поддержкой национальных брендов на внутреннем рынке как государством, так и внешними инвестициями в национальные гостиничные сети Испании, а также в отдельные бренды.

Большую роль в восстановлении и развитии гостиничных цепей Испании в контексте современных тенденций и вызовов сыграли инвестиции. Если рассматривать структуру инвестиций, то большинство инвесторов – это банки и международные инвестиционные компании. Так, APG Group является самым крупным инвестором в гостиничные цепи Испании (207 млн. долл. США). Далее следуют GIC, Bankinter, Emin Capital и LaSalle (рисунок 28). Это свидетельствует о инвестиционной привлекательности и финансовой результативности индустрии гостеприимства Испании.

Детально структуру инвесторов в гостиничный сектор Испании можно представить следующим образом:

- APG Group – голландская инвестиционная пенсионная компания, со штабом в Нидерландах;
- GIC – сингапурская компания (Фонд национального благосостояния для управления валютными резервами Сингапура);
- Emin Capital – андоррская частная инвестиционная компания (в первую очередь фокусируется на инвестициях и развитии гостиничного бизнеса высокого класса);
- LaSalle – американская ведущая фирма по управлению инвестициями в недвижимость;
- Bankinter – испанский коммерческий банк (совместное предприятие между Banco Santander (Испания) и Bank of America (США) [18].



**Рисунок 28 – Основные инвесторы гостиничных цепей Испании в 2021 г.**

**Примечание – Источник: [18].**

В период с 2010 по 2020 гг. в этот сектор было вложено иностранными инвесторами более 21,1 млрд. долл. США (рисунок 29) [88].

По данным рисунка 29, за последнее десятилетие (2010-2020 гг.) темпы роста инвестиционных вложений в гостиничный сектор Испании характеризовались положительной динамикой: в 2010 г. размер инвестиций составил 553 млн. долл. США, а в 2018 г. данный показатель достиг 4,8 млрд. долл. США. Иными словами, размер инвестиций увеличился в 7,5 раз. Безусловно, коронавирус негативно отразился на инвестиционной привлекательности гостиничного сектора страны и в 2019 г. размер инвестиций сократился до 2,5 млрд. долл. США, в 2020 г. – 955 млн. долл. США. Но за первое полугодие 2021 г. количество инвестиций достигло увеличилось и достигло 1,2 млрд. долл. (+20% к 2020 г.), что дает основание полагать, что восстановление гостиничного сектора после COVID-19 будет скорым.



**Рисунок 29 – Инвестиции в гостиничный сектор Испании 2010–2020 гг.**

**Примечание – Источник: [88].**

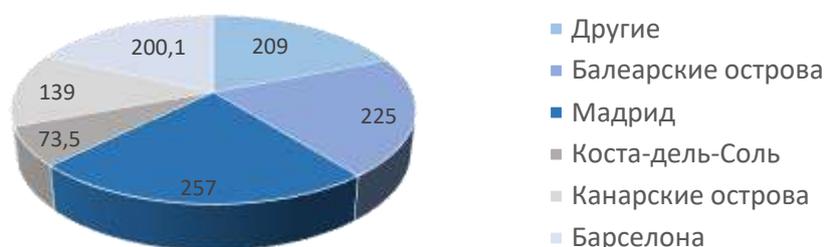
Наиболее высокие показатели отмечаются в 2017 и 2018 гг., когда в гостиничный сектор Испании было инвестировано 3,9 млрд. долл. США и 4,8 млрд. долл. США соответственно. Иностранные инвестиции в отели в Испании сократились на 51% в 2019 г. после двух лет рекордных показателей как в 2017 и 2018 гг. Снижение данного показателя в 2019 г. обуславливается желанием иностранных инвесторов вкладывать свои активы в более доходные активы, чем в индустрию гостеприимства.

Закрытие границ, отмена авиа и иных транспортных перевозок негативно отразились на гостиничном секторе Испании. Некоторые инвесторы использовали время кризиса как возможность приобретения и

вложения в гостиничный В 2020 г. больше всего инвестиций пришлось на четырехзвездочные отели (59%), трех- и пятизвездочные отели. Наименьший интерес представляли одно- и двухзвездочные гостиницы, получив лишь 2% от общего числа инвестиционных средств [18].

Территориальное распределение иностранных инвестиций в гостиничный бизнес неравномерно: более привлекательными для инвестиций стали такие города, как Мадрид, Барселона, Малага и Валенсия, а также объекты на Балеарских и Канарских островах (рисунок 30).

В постпандемийный период большинство инвестиций были направлены в регионы, в которых гостиницы больше всего пострадали от последствий пандемии COVID-19 (Андалусия (Коста-дель-Соль), Каталония (г. Барселона), Балеарские и Канарские о-ва (о. Тенерифе, о. Ла-Пальма, о. Ибица и т.д.), г. Мадрид и т.д.).



**Рисунок 30 - Инвестиции отельную недвижимость на популярных туристских дестинациях Испании в 2021 г., млн. долл. США.**

**Примечание – Источник: [18].**

Следующим подтверждением эффективного функционирования гостиничного комплекса Испании стоит выделить растущую популярность направления МICE-туризма. Так, согласно рейтингу ICSSA городов по числу проводимых конгресс-мероприятий (2019 г.), в г. Мадрид было проведено 154 мероприятия, в г. Барселона – 156 [40]. Эти данные подтверждали наличие высокого спроса у международных и местных туристов на посещение или проведение массовых и событийных мероприятий в Испании.

Как до кризиса, вызванного COVID-19 (до 2020 г.), так и после пандемии развитие МICE-индустрии Испании является одним из драйверов развития гостеприимства в стране, поэтому важно отметить высокий уровень развития конференц- и конгресс-отелей в Испании.

Согласно результатам исследования Svent, в рейтинг ТОП-15 лучших конгресс-отелей Европы за 2019 г. вошли 6 отелей из Испании:

- Melia Castilla Hotel & Convention Center Madrid (915 номеров, 6300 кв. м. выставочных площадей – 2 место в рейтинге);

- Hilton Barcelona (290 номеров, 1800 кв. м. выставочных площадей – 4 место в рейтинге);
- Hilton Diagonal Mar Barcelona (433 номеров, 3717 комнат – 6 место);
- Hotel Novotel Madrid Center (790 номеров, 3500 кв. м. выставочных площадей – 11 место);
- Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center (870 номеров, 9000 кв. м. выставочных площадей – 13 место);
- Hotel Arts Barcelona (483 номеров, 5500 кв. м. выставочных площадей – 15 место) [24].

Стоит добавить, что все эти отели были построенные в 1990-х гг. и реконструированы в 2000-х гг., расположены в среднем в радиусе 15 км от аэропортов [101].

Помимо этого, высокий уровень развития конференц-отелей обуславливается наличием профессиональных ассоциаций по деловому туризму и гостеприимству, поскольку они играют главную роль в развитии MICE-индустрии в Испании [145]. К их числу относятся:

- Spain Convention Bureau – это сеть местных организаций, объединяющая в настоящее время 57 конгресс-направлений. Она была создана в 1984 г. в испанской федерации муниципалитетов и провинций (FEMP). Эти 57 направлений имеют достаточные человеческие и технические ресурсы для организации встреч и мероприятий, ориентированных на минимальную вместимость 500 человек [75].

- OPC España – объединение предприятий, профессиональных организаторов конгрессных мероприятий. OPC Испания была основана в 1987 г., а сама Федерация региональных ассоциаций была образована в 1992 г. На сегодняшний день созданы 11 региональных ассоциаций компаний OPC (напр. Каталония, Андалусия, Валенсия и т.п.). Ассоциация имеет более 100 полноправных компаний-участников и более 200 компаний-партнеров, располагает 1,5 тыс. специалистами в области встреч и конгрессов и объединяет 14 стран-партнеров [61].

- SIMA (Spain Incentives & Meeting Association) – ассоциация отелей и туристических агентств, занимающихся конгрессами и деловыми поездками [А - 2].

Благодаря хорошему географическому расположению страны, наличию разнообразных средств размещения, в том числе конференц- и конгресс-отелей, развитой инфраструктуре и поддержке профессиональных ассоциаций, развитие MICE-индустрии вскоре может стать одним из драйверов по восстановлению гостиничного сектора, а конференц-гостиницы

Испании будут становиться более конкурентоспособными как на национальном, так и на мировом рынке гостиничных услуг.

В Испании ежегодно организуется огромное количество массовых мероприятий (выставок, ярмарок, фестивалей и др.). К числу наиболее популярных можно отнести «Reyes Magos» (Праздник трех королей, 6-го января), «Carnestoltes» (Барселонский карнавал, 20–26 февраля), «Las Fallas» (Праздник Весны, 15–19 марта), неделя моды в Мадриде (Fashion Week Madrid (ежегодно)), международная туристическая выставка FITUR (ежегодно), фестиваль литературы и искусства (Hay Festival Colombia, 2020), детская рождественская выставка (Parque Infantil de Navidad, 2020-2021), винная неделя в Барселоне (Barcelona Wine Week (BWW), 2020), Vida Festival (поп, рок музыка, 2020), Heineken Jazzaldía (фестиваль джазовой музыки, 2020), «La Tomatina» (Битва томатами, проводится ежегодно в последнюю среду августа) и др.

## 1.2 Факторы, способствующие развитию гостиничного сектора Испании

Развитию туризма в Испании способствует множество факторов, таких как экономические, политико-правовые, социально-демографические, технологические, историко-культурные и природно-климатические (рисунок 31).

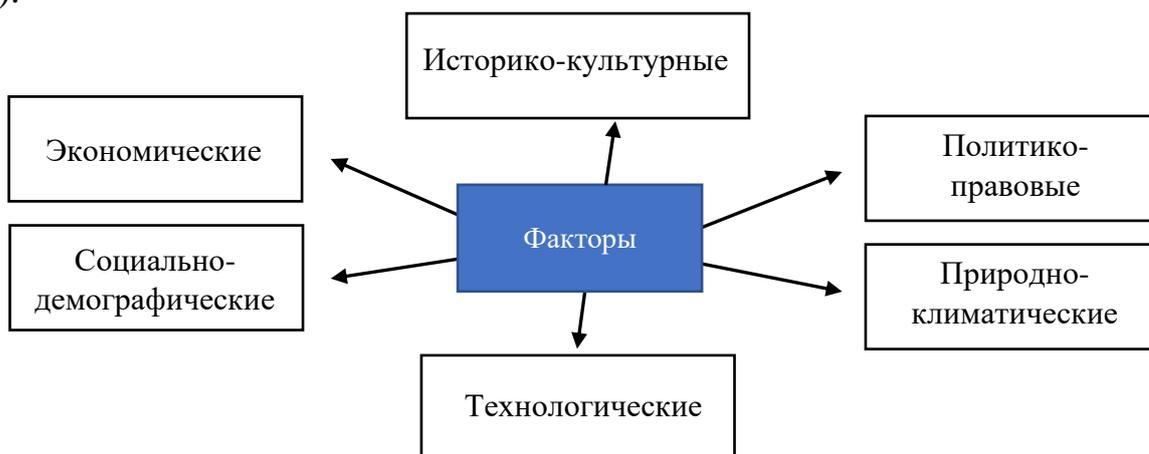


Рисунок 31 – Факторы, способствующие развитию гостиничного сектора Испании.

Примечание – Источник: [117].

Под *экономическими факторами* подразумевается общее состояние экономики и индустрии гостеприимства Испании, привлекательность гостиничного сектора для иностранных инвесторов и т.п. Состояние экономики Испании стабильное, по данным Всемирного банка в 2021 г. ВВП Испании составил 1,4 трлн. долл. США, в результате которого Испания заняла 14-е место в рейтинге стран всех стран мира и 5-е среди стран ЕС. Абсолютное значение ВВП в Испании в 2021 г. выросло на 81,3 млн. долл. США или на 5,7% по сравнению с 2020 г. ВВП Испании на душу населения в 2021 г. был 30,1 тыс. долл. США, и по сравнению с 2020 г. этот показатель на 1 925 долл. США или на 6,3% выше (28,1 тыс. долл. США в 2020 г.) [88]. ВВП на душу населения Испании отражает высокий уровень экономической активности и достойное качество жизни испанского населения, что положительно влияет на развитие внутреннего туризма и содействует обеспечению загрузки номерного фонда гостиничных объектов гражданами страны. Говоря о секторе услуг, из структуры ВВП Испании следует, что услуги занимают 74,8% ВВП страны или 1,047 млрд. долл. США, а доля услуг в экономике Испании, связанных с торговлей транспортными услугами и размещением составляет более 57 млрд. долл. США или 5,4% от ВВП (приложение Д) [88]. Помимо этого, гостиничный комплекс обладает высокой инвестиционной привлекательностью – с 2010 по 2020 гг. в этот сектор было вложено иностранными инвесторами более 21,1 млрд. долл. США [88].

*Политико-правовые* факторы представляют собой правовое регулирование сферы туризма и гостеприимства в стране, антимонопольные компании и поддержка национальных гостиничных объектов, визовая политика и т.д. Что касается правового регулирования сферы туризма и гостеприимства, то в Испании существует около 100 тыс. законов, регулирующих отношения в индустрии гостеприимства [68]. Однако, главным документом, на основе которого созданы все акты и юридическая база, является закон «О комбинированных путешествиях», принятый испанским парламентом в 1995 г. К созданию новых гостиничных объектов и последующему ведению бизнеса правовая политика Испании имеет определенные ограничения, предъявляет ряд требований, сертификаций и пр. За счет такого жесткого регулирования правительство Испании может поддерживать национальные гостиницы, очищать рынок гостиничных услуг от недобросовестной конкуренции и нелегальных частных арендодателей жилья и т.п. В отношении визовой политики Испании можно сказать, что она существенно влияет на выбор Испании как страны пребывания иностранным туристом, потому как только граждане стран ЕС могут въезжать в Испанию без ограничений. Для иностранных туристов из стран Азиатско-Тихоокеанского региона, СНГ, Северной, Центральной и Южной Америки

необходимо собрать и предоставить пакет документов в посольства Испании, также пройти таможенный контроль. Такая политика существенно сокращает поток туристов из стран, перечисленных выше. Это подтверждается статистикой INE, где отмечается, что в 2019 г. из общего числа прибытий (83,5 млн. чел.) 5,6 млн. были туристами из Азиатско-Тихоокеанского региона., а в 2021 г. из общего числа туристов (31,1 млн. чел.) только около 1 млн. составляли туристы с Азиатско-Тихоокеанского региона [53]. К сведению, на Азиатско-тихоокеанском регионе проживает до половины населения мира, часть из которых при наличии удобного транспортного коридора и упрощенной визовой политике могла бы посещать Испанию в качестве туристской дестинации.

*Социально-демографические* факторы обусловлены уровнем жизни населения, в том числе продолжительностью жизни, смертностью и рождаемостью, также миграцией и таким новым феноменом как «рурализацией» населения. В 2021 г. уровень жизни в Испании посчитали высоким по данным статистической базы Numbeo, и в списке стран мира Испания занимает 16 место, уступая некоторым странам ЕС (Словения (14 место), Швеция (13 место), Эстонии (11 место), Норвегии (10 место), Германии (8 место), Австрии (5 место), Финляндии (4 место), Дании (2 место), Швейцарии (1 место)) и другим странам (США (15 место), Оман (12 место), Новой Зеландии (9 место), Исландии (7 место), Австралии (6 место), Нидерландам (3 место). Для сравнения, в 2018 г. по уровню жизни Испания была 15 в мире, уступая тем же странам, что и в 2021 г.. кроме Омана [19]. Миграционный прирост населения Испании составляет в среднем -327 чел. в день (-119 422 чел. в год), что говорит о постепенной убыли населения. Что касается направлений, в которых граждане Испании уезжают в поисках лучшей доли, то большинство выбирают Европу, а именно Францию, Германию, Бельгию, Италию и Ирландию, а также Великобританию (является самой привлекательной страной по опросам испанских мигрантов [108]. Вдобавок, внутри Испании на протяжении десятилетия наблюдается передвижение масс населения из крупных городов в более мелкие – этот феномен называется «рурализация». В связи с большими наплывами иностранных туристов почти круглый год, коренное население испытывает множество проблем, например, стало больше вредных выхлопных газов от машин в крупных городах (так как иностранные туристы любят арендовать машины и пользоваться такси), стало более шумно, особенно вечером и ночью, и произошло повышение цен на различные услуги и товары. Учитывая данный феномен, владельцы гостиничного бизнеса стараются размещать свои отели и в мелких городах, для оказания услуг жителям городов и международным туристам.

Высокое качество жизни испанского населения и ориентация на экологию во многом обеспечивается органами по охране порядка, окружающей среды и безопасности [100]. Согласно рейтингу конкурентоспособных стран в сфере туризма и путешествий в докладе «Travel and Tourism Competitiveness Report 2019» Испания обладает оценкой 6,1 из 7 в области охраны и безопасности [92]. Испанский показатель выше среднего по миру и по Европе (страна 10 по счету из 140), однако наиболее безопасной страной по данному рейтингу объявили Финляндию. Вдобавок, по надежности полицейских служб Испания занимает 10 место в мире. Благодаря высокому уровню безопасности коренное население и иностранные туристы выбирают Испанию для жизни и туризма, соответственно. Несмотря на такие показатели, в Испании имеет место преступная деятельность. В основном, преступления, совершаемые в Испании это кражи и автомобильные угоны. Их доля составляет 90% от общего количества правонарушений по всей стране. Международным туристам и населению Испании угрожает опасность быть ограбленным, поэтому в таких городах, как Мадрид, Барселона, Севилья, Малага и пр., стоит опасаться карманников, а в северных и южных регионах Испании вообще стоит проблема наркотрафика [111].

*Технологические* факторы способствуют более ускоренному развитию гостиничного сектора Испании. Применение ИКТ и прочих технологий позволяет гостиничному сектору Испании быть конкурентоспособным на международном рынке гостиничных услуг. Среди распространенных технологий можно отметить национальные системы ПО<sup>5</sup> для оборудования в гостиницах (напр., Avirato), наличие мобильных приложений у национальных гостиниц (напр., Melía), разработка и внедрение виртуальных туров по гостиницам, не выходя из дома (на примере отеля Spa Hard Rock Tenerife), внедрение роботов в процессы гостиничной деятельности (на примере итальянского отеля Mystery Guest в Испании) и т.д. [115]. Все вышеперечисленные технологии позволяют испанским отелям повышать эффективность трудовых ресурсов и процессов гостиничной деятельности в целом.

К *природными факторам* развития гостиничного сектора Испании можно отнести климат, природные парки и национальные заповедники и пр. Благодаря Средиземноморскому климату в Испании большее количество дней солнечные, а теплый сезон для иностранных туристов можно считать с начала апреля по конец октября. Именно от сезонности зависит приток международных туристов к основным туристским дестинациям и курортам,

---

<sup>5</sup> Системное ПО (программное обеспечение) отвечает за эффективное управление ресурсами компьютера, контролируя выполнение программ и аппаратных компонентов, таких как процессор, память и иные устройства.

где расположено большее количество отелей и иных средств размещения. Также иностранных туристов привлекает наличие гор, рек, озер и моря вблизи отеля, поэтому множество гостиниц строят с возможностью предоставить клиентам номера с «nice view»<sup>6</sup>. Поэтому гостиницы, находящиеся на популярных курортах Испании, в том числе на островах, имеют высокую загруженность в летний период.

Помимо благоприятного климата, в Испании сосредоточено множество *историко-культурных объектов*, в том числе объектов, охраняемые ЮНЕСКО. Согласно рейтингу конкурентоспособных стран в сфере туризма и путешествий в докладе «Travel and Tourism Competitiveness Report 2019» Испания обладает высокими баллами по культурным ресурсам и деловым поездкам. В данном пункте изложено, что в Испании находится 5 природных и 42 культурных объектов ЮНЕСКО. Также, по данным доклада в Испании 15% охраняемых природных территорий от общего числа, 34 крупных стадиона с вместимостью от 5 тыс. до 100 тыс. зрителей, а спрос на культурный и развлекательный туризм составляет 74% из 100%. Помимо этого, с 2017 по 2019 гг. в Испании было проведено в среднем 556 заседаний международных ассоциаций, что говорит о высоком спросе на МІСЕ-туризм в Испании [107].

Кроме того, вспомогательными факторами развития гостиничного сектора является совершенствование услуг и турпродуктов, создание цепей и гостиничных ассоциаций, развитие систем дистрибуции (создание базы надежных поставщиков), климат в коллективе и трудовые отношения работников и администрации, а также маркетинг, в т.ч. стимулирование каналов сбыта и сегментация рынка.

### **Выводы по 1 главе:**

Проанализировав историю развития гостиничного сектора Испании, можно сделать вывод, что развитие туризма и гостеприимства в Испании определено имеет высокий уровень как с мировой точки зрения, так и с национальной. Зарождение туризма и гостеприимства как сферы деятельности в Испании датируется периодом до н.э. За многовековой период развития индустрия туризма и гостеприимства характеризовалась разными темпами и этапами развития. В то время первые гостиничные объекты Испании появились до н.э. и представляли собой гостевые дома или обычные бунгало

---

<sup>6</sup> «Nice view» (рус. «шикарный вид») – номер в гостинице с красивыми видами из окна (напр., на сад, парк, город или море).

для путешествующих паломников, поэтому во многом развитию испанского гостиничного комплекса поспособствовало паломничество. В средние века оказание услуг по проживанию стало приобретать коммерческий характер, а и местные путешественники начали предъявлять более высокие требования к уровню гостиничного сервиса в средствах размещения Испании. Среди всех городов Испании начиная с XVII в. одним из наиболее развитых центров туризма в стране являлся г. Барселона. Там располагалось больше всего гостевых домов, хостелов и иных средств экономного размещения. В это же время в городе активно развивалась торговля, развитие которой поспособствовало притоку денежных средств в городской бюджет и в последующем развитию гостиничных объектов г. Барселона. В течение XVIII в., с ростом экономического потенциала, в Испании наблюдался значительный прорыв в развитии городского благоустройства и инфраструктуры между городами. Все это привело к совершенствованию и улучшению средств размещения г. Барселона и в том числе Испании, а также появлению первых отелей в г. Барселона, что стало поворотным моментом в истории гостиничного сектора Испании, поскольку это был первый настоящий отель для простых туристов, а не только для представителей высшего общества. Появление Главного отдела по управлению торговлей Испании (в том числе гостиничными услугами), стало одной из первых структур управления данным сектором в 1900-х. В тот же период времени появилась заинтересованность местных инвесторов вкладываться в испанский гостиничный сектор. Благодаря этому гостиничный комплекс Испании стал постепенно развиваться, развивалась и совершенствовалась инфраструктура, популярность направление «солнце и пляж» привлекало все большее число международных туристов. К 2008 г. Испания стала 3-й страной в мире после Франции и США по количеству туристических прибытий (45 млн. чел.) и 4-й страной в мире после США, Франции и Италии по доходам от туризма (61,6 млн. долл. США) по данным ЮНВТО.

Современное состояние гостиничного комплекса Испании во многом обусловлено популярностью страны у международных туристов за счет благоприятного климата, развитой туристской инфраструктуры и наличие большого числа туристских и гостиничных предложений. В 2019 г. по данным ЮНВТО Испания стала одной из стран лидеров по основным показателям туризма и гостеприимства – в 2019 г. в страну прибыло 83,5 млн. международных туристов, а доходы от международного туризма превысили 105,3 млн. долл. США. А уже в 2021 г. в испанском ВВП сектор туризма составляет до 13,6%, а сектор гостеприимства – 5,4%. На ряду с этими показателями, можно выделить число гостиниц в Испании: до 2019 г. в среднем число гостиниц составляло 14,5 тыс. ед., а в 2021 г. – 9,6 тыс. ед.

Несмотря на упадок экономики Испании за время ковидного кризиса, с 2020 г. гостиничный сектор начинает восстанавливаться от последствий пандемии COVID-19, о чем говорит статистика международных прибытий, доходов от реализации гостиничных услуг, показатели RevPAR, ADR, заполняемости гостиниц и среднего пребывания гостей в отелях Испании – по всем показателям наблюдается постепенный рост.

О развитии состояния гостиничного комплекса Испании также говорит наличие гостиничных цепей. Всего в Испании 297 брендов, из которых 205 относятся к национальным брендам, а 92 – к иностранным. Преобладание национальных брендов гостиничных сетей на рынке гостиничных услуг Испании свидетельствует о высоком уровне политики протекционизма национальных объектов хозяйствования, правовой и инвестиционной поддержке национальных брендов со стороны государства и инвесторов. Что касается инвестиционной привлекательности сектора, то в гостиничные объекты Испании с 2010 по 2020 гг. было вложено инвестиций на сумму более 21,1 млрд. долл. США. Кроме того, эффективной и финансовой результативностью гостиничного сектора Испании можно отметить развитие MICE-индустрии. Растущая популярность данного направления подтверждается наличием в стране большого числа конференц- и конгресс-отелей (с номерным фондом более 4 тыс. комнат), в том числе тех, которые входят в ТОП-15 лучших конференц-отелей Европы (Melia Castilla Hotel & Convention Center, Hilton Barcelona, Hilton Diagonal Mar Barcelona, Hotel Novotel Madrid Center, Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center, Hotel Arts Barcelona).

Современное состояние гостиничного сектора Испании обусловлено многими факторами, к числу которых можно отнести: экономические (состояние национальной экономики, инвестиционная привлекательность), социально-демографические (уровень жизни и благосостояние граждан, охрана окружающей среды и безопасность), технологические (системные ПО, мобильные приложения, сайты в сети Интернет, виртуальные туры по гостиницам, применение роботов и пр.), политико-правовые (правовое регулирование сферы гостеприимства, поддержка национальных гостиничных объектов, визовая политика), природно-климатические (климат, природные ресурсы) и историко-культурные (историческое, культурное, архитектурное наследие Испании, в том числе объекты ЮНЕСКО).

## ГЛАВА 2

# ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА ИСПАНИИ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ И ВЫЗОВОВ

### 2.1 Тенденции развития гостиничного сектора Испании

В настоящее время многие тенденции в сфере гостиничных услуг тесно связаны с цифровизацией, развитием зеленой экономики, пандемией COVID-19, изменением потребительского спроса и т.п., адаптация к которым позволит развиваться гостиничному сектору Испании в долгосрочной перспективе, становится более конкурентоспособным в новых направлениях туризма и гостеприимства. В настоящее время отельерам пришлось столкнуться со следующими тенденциями:

- **Рост популярности wellness-индустрии**<sup>7</sup>. Поскольку после пандемии COVID-19 люди начали больше интересоваться отдыхом с оздоровлением и лечением, *wellness-индустрия* стала бурно развивающимся и прибыльным рынком, а гостиничные объекты Испании на сегодняшний день имеют все возможности для того, чтобы обеспечить такими услугами своих гостей благодаря спа-центрам. Стоит добавить, что большинство отелей со спа-услугами расположены на побережье Испании (рисунок 32) Яркими представителями курортных отелей с спа-центрами можно выделить Villa Magalean Hotel & Spa, Casas Rurales Picachico, Robinson Jandia Playa (adults only<sup>8</sup>), Sant Jordi Boutique Hotel и Sa Creu Nova Petit Palais Art & Spa (приложение Ж).

Испанский сектор спа- и велнес-туризма привлекает посетителей, которые хотят провести время вдали от дома, чтобы улучшить свое личное самочувствие, расслабиться и найти профилактические методы лечения в спа-салонах, оздоровительных курортах и отелях. Этот тип отдыха обычно бронируется как пакет в спа- или велнес-отеле или курорте. В дополнение к обычному предложению спа-салона быстро растет спрос на индивидуальные планы лечения, предоставляемые экспертами, которые проводят личные или групповые сеансы для повышения жизненной силы, исцеления, управления

---

<sup>7</sup> Wellness – это индустрия здоровья, красоты и благополучия. На сегодняшний день она охватывает много отраслей мировой экономики, в том числе и гостиничный сектор.

<sup>8</sup> Adults only – только для взрослых.

стрессом, эмоционального равновесия, концентрации внимания и восстановлению сна.



Рисунок 32 – Расположение лучших 20 спа-отелей Испании на географической карте страны.

Примечание – Источник: [78].

Поскольку данная тенденция широко распространена, роскошные отели и прибрежные курорты Испании инвестировали в оснащение своих объектов спа-центрами и кабинетами с различными медицинскими и косметологическими целями (около 1 млрд евро) [79]. Фактически, испанские многочисленные курорты превратились в оздоровительные и спа-курорты. Также учитывая потребности туристов, для которых важными элементами являются климат, природные ресурсы, гастрономия или качество предоставляемых медицинских услуг, можно отметить, что wellness туризм гораздо более востребован в Испании, чем в остальной Европе.

- **Ориентация на новый сегмент рынка – «Bleisure travelers»<sup>9</sup>.** Деловые поездки и удаленная работа сегодня стали обычным делом для многих сотрудников и, по прогнозам, станут чем-то большим, чем просто проходящая тенденция. Также, такие туристы, приезжая на «рабочие» каникулы, часто продлевают свое пребывание в гостиницах. Так, опрос Hilton Hotel & Resorts показал, что 7 из 10 «bleisure» путешественников в возрасте 25-30 лет хотят продлить рабочие поездки на мини-каникулы [17]. Среди них

<sup>9</sup> «Bleisure travelers» – туристы, путешествующие с деловыми и рекреационными целями. Чаще всего среди них встречаются работники в сфере IT, онлайн тренеры и преподаватели, онлайн консультанты, менеджеры и маркетологи, разработчики сайтов, блогеры, копирайтеры, переводчики и т.д. [17].

преобладают специалисты, занятые в IT-сфере, онлайн тренеры и преподаватели, онлайн консультанты, разработчики сайтов, блогеры, копирайтеры, переводчики и т.д. [106]. Именно поэтому чаще всего гостиничные объекты используются в качестве офисов под ключ для путешественников «bleisure», а также местных жителей, ищущих изменения рабочей среды. Так, гостиницы Испании могут предложить все необходимое для этого развивающегося сегмента: широкие розетки, бесплатный высокоскоростной Wi-Fi, зоны для работы с шумоизоляцией, точки с качественным кофе и т.п.

- **Цифровизация и предложение более удобных услуг для гостей.**

На сегодняшний день цифровизация поглотила практически все операции в гостиничном бизнесе Испании, начиная от поиска гостиничного объекта и заканчивая обратной связью с потребителями. В гостиничном секторе действительно существует потребность в цифровой трансформации, чтобы иметь возможность увеличения прямых бронирований в гостинице, а также получения большего дохода или увеличения RevPAR гостиницы.

Особая необходимость *цифровизации* остро ощущалась во время мирового кризиса из-за пандемии COVID-19 в 2020 г. По данным Statista на 2020 г. более 40% ночевок в независимых отелях Испании были забронированы через популярные в Испании и не только онлайн-туристические агентства (ОТА), что на 5% больше, чем бронирования, которые осуществлялись напрямую без посредников между отелем и гостем [3]. Помимо этого, возросла потребность на онлайн услуги, которые предоставляются компаниями по перевозке пассажиров, услуг питания т.д. (рисунок 24)



Рисунок 33 – Сервис по поиску и аренде жилья (Airbnb), популярные ОТА (Booking.com, Hoteles.com), сайт по бронированию транспортных билетов (Alsa), такси (rapido, pidetaxi), сервисы по доставке еды (Glovo, Uber Eats) в Испании.

Примечание – Источник: [114].

Кроме того, популярность и распространенность приложений, разработанных отелями, становятся все более важными для отельеров испанских отелей. Так, они могут управлять услугами, которые они предоставляют своим клиентам, и могут контролировать многие аспекты цикла гостей и опыта (рисунок 34).

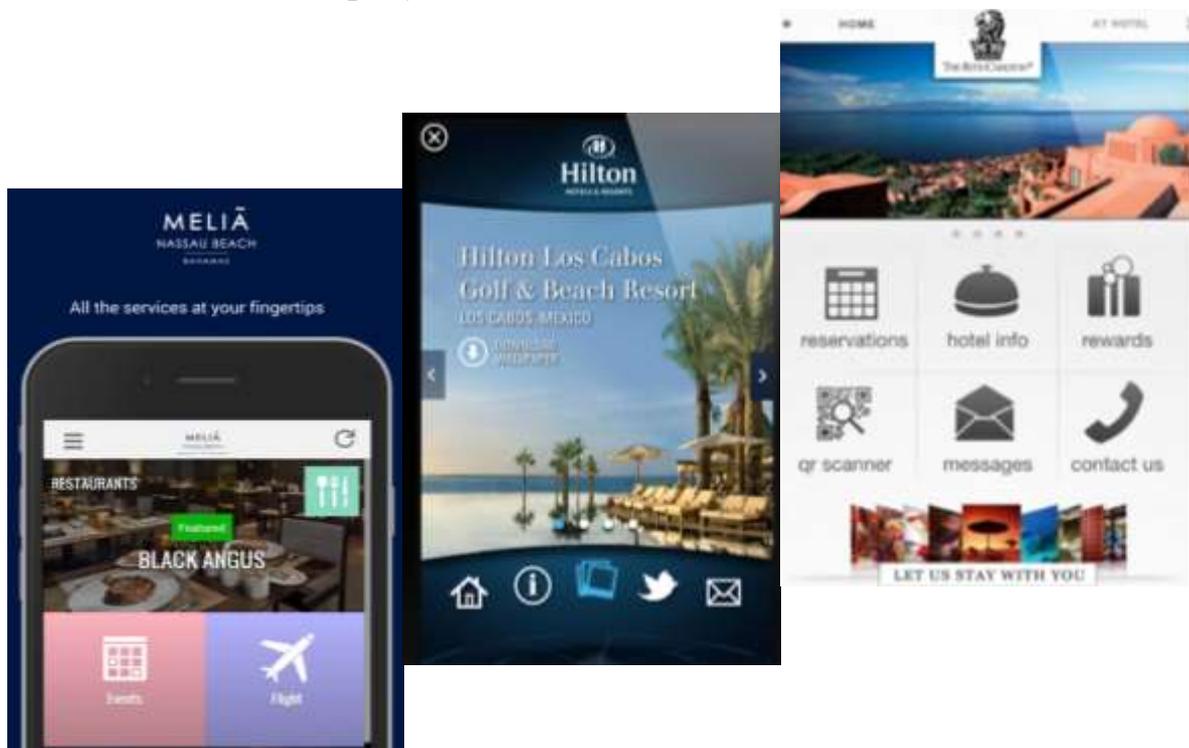


Рисунок 34 – Мобильные приложения от отелей Meliá, Hilton и Riz Carlton.

Примечание – Источник: [15].

Традиционные гостиничные услуги благодаря цифровизации пересматриваются и улучшаются, способствуют более широкому использованию клиентами технологических опций, таких как мобильная регистрация, бесконтактные платежи<sup>10</sup>, голосовое управление<sup>11</sup> и открытие номера с помощью биометрии лица или пальцев<sup>12</sup>.

Потребители, которые привыкли разблокировать свои смартфоны и ноутбуки с помощью распознавания лиц и отпечатков пальцев, скоро начнут ожидать такого же удобства при доступе к своим гостиничным номерам. К сожалению, для многих гостиничных учреждений Испании эти инновации могут быть дорогостоящими для установки и обслуживания. Однако у этой

<sup>10</sup> Бесконтактные платежи – способ оплаты банковской картой или другим платежным устройством с использованием технологии беспроводной связи, при которой владельцу карты не требуется вводить PIN-код.

<sup>11</sup> Голосовое управление подразумевает управление объектами гостиничного номера (телевизоры, кондиционеры, лампы и т.п.) голосом.

<sup>12</sup> Доступ к номеру в отеле при подтверждении личности посредством отсканированного лица или пальца в приложении гостиницы.

технологии есть будущее, и многие инвесторы готовы предложить свою помощь в развитии таких инноваций.

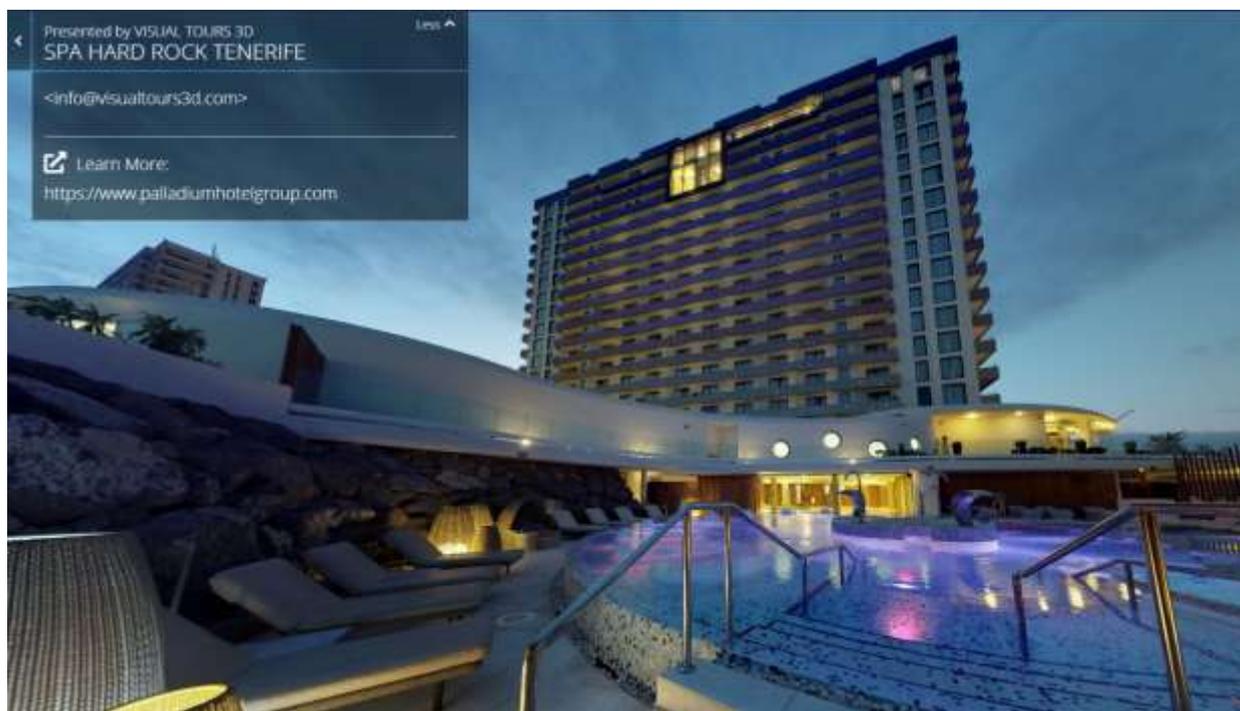
Нельзя пропустить влияние пандемии коронавируса на гостиничный сектор услуг. В тяжелые времена распространения инфекции COVID-19 по территории Испании были отмечены недостатки цифровых технологий и инновационных решений, для быстрой адаптации к резко сменившимся реалиям. Поэтому, в первую очередь, Министр промышленности, торговли и туризма Рейес Марото начал продвигать идею о создании *интеллектуальной цифровой платформы для туризма* в стране начиная с 2021 г. Министр утверждал, что применение данной цифровой платформы позволит интеграции, объединению общедоступных и частных данных туризма для создания более конкурентной бизнесаналитики, таким образом, активизации моделей непрерывной адаптации туристических субъектов к изменениям в окружающей среде, взаимосвязи и удовлетворению потребностей всех участников цепочки создания стоимости туризма: туристов, направлений и компаний. Создание такой платформы для туризма Испании – это не просто разработка технологического решения, а приверженность интеллектуальному и инновационному способу работы в государственном и частном секторах. Наконец, для туристических компаний платформа будет ускорять процесс оцифровки их бизнеса, как в коммерческом аспекте, так и в процессах управления, усиливать техническую подготовку работников, а также предоставлять инструменты для создания более выгодных туристских предложений и их публикации в лучших каналах продвижения [51].

**Виртуальная и дополненная реальность** стали еще одной цифровой тенденцией на рынке гостиничных услуг Испании. Создавая цифровую среду для потребителей, а именно видеоролики, обеспечивающие 360-градусный вид на атмосферу ресторана, террасы кафе, или побережье отеля, гостиничные объекты Испании привлекают все больше туристов, которые еще на стадии выбора отеля увидели соответствие цены и качества, определили все достоинства и недостатки отеля для себя. Испанские гостиницы, использующие такие технологии, стараются сделать контент доступным на различных устройствах без необходимости использования гарнитуры VR. Оказавшись на месте, гости смогут подробнее спросить о всех интересующих объектах гостиницы. Кроме того, дополненная реальность использует графические или информационные наложения для улучшения среды «in-situ»<sup>13</sup>. Так, после загрузки соответствующего приложения отеля гости смогут использовать этот инструмент для доступа к объектам отеля в реальном времени, следить за временем открытия ресторана и баров, спа-центров,

---

<sup>13</sup> «in-situ» - функция просмотра контента в режиме реального времени.

обзорам или интерактивным картам туристической информации, а также наблюдать за загруженностью этих объектов, для предотвращения большого скопления людей. Такой инновацией сейчас пользуются такие испанские гостиничные объекты, как отель Spa Hard Rock Tenerife, отель Grand Palladium Vallarta Resort & Spa, отель Grand Palladium Costa Mujeres – Zentropia Spa & Wellness и отель Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa (рисунок 35) [67].



**Рисунок 35 – Изображение отеля Spa Hard Rock Tenerife из виртуального тура по территории гостиницы.**

**Примечание – Источник: [67].**

Нельзя упустить тот факт, что пандемия коронавируса также отразилась на функционировании сектора гостиничных услуг Испании. Среди таких тенденций можно выделить:

**Бесконтактное заселение и выселение в гостиницах** также приобрело особую актуальность в 2020-2021 гг. В этот период было выявлено, что более 40% ночевок в гостиницах Испании были забронированы через онлайн-туристические агентства (ОТА), что на 5% пунктов больше, чем те, которые были забронированы напрямую, без посредников между отелем и гостем. На сегодняшний день, зарегистрироваться в гостинице Испании можно благодаря различным процедурам автоматической регистрации. Именно пандемия COVID-19 повлияла на упрощение процедур регистрации, потому как санитарные меры и обеспечение безопасности туристов в то время стояло выше всего. Например, в некоторых отелях сети Hilton уже используются виртуальные записи и цифровые ключи, находящиеся в приложении отеля в телефоне гостя. Точно так же поступила сеть NH Hotels,

однако она лишь упростила процесс регистрации для своих гостей, после чего туристы могут покинуть номер без ожидания на стойке регистрации отеля. В след за ними, сеть Viceroy Hotels & Resorts запустила проект с Amazon Alexa на некоторых гостиничных объектах, чтобы контролировать технологии в комнатах (освещение, громкость телевизора, телефонные звонки и т. д.) с телефона гостя. Бесконтактное решение, которое также учитывало отель Ritz Carlton Abama на Тенерифе, при запуске STAY (нового веб-приложения) (рисунок 36), созданного для улучшения впечатлений своих гостей даже до их прибытия. Все пользователи нового приложения могут легко и без контакта с персоналом отеля, сделать заказ в ресторанах, фитнес-центре и спа-салоне Ritz-Carlton, получить доступ к цифровым меню, а также исследовать место назначения одним нажатием кнопки на своем телефоне [30].



**Рисунок 36 – Приложение для смартфона STAY по бронированию отелей во всем мире, в том числе в Испании.**

**Примечание – Источник: [30].**

• **Устойчивое развитие и ориентация на «зеленое» будущее».** Приверженность гостиниц в рамках *экологической устойчивости* и охраны окружающей среды приобретает все большую актуальность в гостиничном бизнесе. Приверженность отелей «зеленой» политике означает сокращение потребления энергии и водных ресурсов, пластика и иных долго

разлагающихся продуктов, ориентацию на ментальное физическое здоровье, спорт и отдых. Данная тенденция широко распространяется пока среди крупных гостиничных сетей, но в будущем ее могут подхватить и остальные гостиничные объекты Испании. Так, например, сети Iberostar уже приступили к работе с такими проектами, как «волна перемен», которая состоит из сокращения пластического загрязнения вод океана, поощрения устойчивого рыболовства и соблюдения чистоты и сохранности прибрежных зон, поскольку 80% их отелей находятся на побережье Средиземного моря. Другим примером примерного соблюдения экологических норм является пятизвездочный отель Mas Salagros (рисунок 37). Данный отель имеет 60 номеров и три ресторана, которые работают благодаря энергии, которую они сами производят. Помимо этого, в номерах этого отеля все сделано из переработанных материалов, а в ресторане «1497» часто предлагают сезонное гастрономическое предложение со 100% экологически чистым продуктом [30].

Из ряда популярных и эко-устойчивых отелей Испании как отель Mas Salagros, можно выделить также пятизвездочный отель Botánico & The Oriental Spa Garden на о. Тенерифе, четырехзвездочный отель Terra Bonansa в д. Бонсана, четырехзвездочный отель Monnaber Nou на Балеарских о-вах и гостевые дома Ea Astei в д. Бискайя (приложение 3).



**Рисунок 37 – Пятизвездочный отель Mas Salagros в Испании, который придерживается концепции «Eco friendly».**

**Примечание – Источник: [48].**

Пятизвездочный отель Botánico & The Oriental Spa Garden является одним из экологически-ориентированных пятизвездочных отелей Испании. Благодаря ботаническому саду на территории отеля, наличию восточный СПА-процедур, данный отель является одним из самых известных эко-отелей во всей Испании по мнению путешественников с TripAdvisor. Как следует из названия, этот отель имеет огромные территории с тысячами видов растений со всей планеты, что придает ему особый и очень экзотический оттенок. Помимо природных ресурсов, политика отеля направлена максимально возможное снижение негативного воздействия на окружающую среду, что выражается в экономии энергии, использовании солнечных батарей, переработки пластика и бумаги и сознательного потребления сырья и продуктов.

Что касается отеля Terra Bonansa, то данный гостиничный объект расположен недалеко от гор и обладает красивым ландшафтным дизайном. Terra Bonansa является одним из наиболее типичных экологически чистых отелей в районе недалеко от Пиренеев. Здания построены с использованием природных и экологичных материалов (древесина, переработанное стекло и т.д.). Кроме того, окружающая среда гостиницы способствует занятиям спорта, ведению здорового образа жизни, наблюдению за животными и птицами. Также, отель регулярно проводит спортивные мероприятия для гостей отеля и организует горные походы.

История четырехзвездочного эко-отеля Monnaber Nou на Балеарских о-вах насчитывает более двухсот лет. Отголоски его истории отражаются в традиционной архитектуре отеля, а декор отеля может отличиться наличием испанского колорита. Сочетание древнего облика и современного, и экологичного придает отелю Monnaber Nou особый шарм, благодаря которому гости очаровываются окружающей природой и красотой районов Майорки. Как и вышеперечисленные отели, данный гостиничный объект соответствует принципам экологического потребления, что выражается в экологичном потреблении энергии, воды, продуктов, переработке пластика и бумаги. Кроме того, отель открыто предоставляет информацию своим гостям о происхождении и о качестве продуктов, которые используются в ресторанных блюдах. По отзывам туристов с TripAdvisor, отель Monnaber Nou считается один из самых удивительных эко-отелей Средиземноморья.

Говоря о гостевых домах Ea Astei в д. Бискайя (автономное сообщество Бильбао), нельзя не упомянуть историчность и уникальность данных гостиничных объектов. Многие из них несколько столетий назад являлись гостевыми усадьбами и амбарами, в которых проживали странники со всего мира. В настоящее время, страннинные здания были отреставрированы, и к ним достроили еще два более современных гостевых

дома. Два новых объекта построены по технологии «passivehaus»<sup>14</sup> и способны генерировать больше энергии, чем они потребляют, а также не перерасходовать энергию на отопление и охлаждение. В дополнение к этому, недалеко от объектов есть гостевой зал и кухня с эко-продуктами (часто фермерского производства), которые являются одними из экологически чистых, что также сохраняет окружающую среду от негативного воздействия [1; 37].

- **Продажа отелей и иных средств размещения.** Стоит отметить, еще одним следствием пандемии COVID-19 является тенденция продажи отелей по всей Испании. Последствия пандемии обошлись неодинаковыми потерями для представителей гостиничного бизнеса. В большей степени пострадали отели, предоставляющие полный спектр услуг, а также отели, расположенные в крупных городах. Около 25% отелей лишь только в курортной провинции Малага не смогут вернуться в строй после окончания ковидного кризиса. Однако, некоторые считают, что эта тенденция характерна не только для Малаги, но и для остальных курортов Испании. На конец октября 2020 г. в стране было продано 557 заведений, что почти на 19% больше, чем в марте, как раз, когда разразилась пандемия. Регионы, которые концентрируют наибольшее предложение отелей, являются Андалусия и Каталония с 114 и 101 отелями соответственно. Следующими в списке являются Кастилия и Леон с 67 отелями, Балеарские острова с 59, Валенсия с 43 и Галисия с 32 отелями, в то время как на Канарских островах 26 отелей, а в Мадриде – еще 19. Некоторые отели во время пандемии сдавали номера под рабочие помещения, тем самым им удалось пережить трудный кризисный период [93].

## **2.2 Развитие гостиничного сектора Испании в контексте современных вызовов**

На функционирование гостиничного комплекса Испании помимо современных тенденций, повлияло множество событий и вызовов. Одним из самых очевидных – пандемия COVID-19. Однако существует ряд других, но не менее опасных вызовов, с которыми может столкнуться испанский гостиничный сектор (рисунок 38).

---

<sup>14</sup> Passive house (German: Passivhaus) — это добровольный стандарт энергоэффективности здания, который снижает экологический след здания. Это приводит к созданию зданий со сверхнизким энергопотреблением, которые требуют мало энергии для обогрева или охлаждения помещений [84].



**Рисунок 38 – Современные вызовы, с которыми столкнулся гостиничный сектор Испании.**

**Примечание – Источник: [47].**

• **Природные катастрофы.** В Испании часто случаются непредвиденные природные стихии, которые приносят ущерб населению, национальной экономике, в том числе гостиничному сектору. Так, природные катастрофы стоили 12 млн. евро в Испании в период с 2016 по 2020 гг., что означает среднегодовые расходы около 2,3 млн. евро, согласно данным годового отчета «Стоимость катастроф» (исп. «El coste de las catástrofes») Фонда Aop, в котором отмечается, что наиболее значительными были наводнения от Средиземного моря, извержение вулкана на Канарских о-вах (2021) снегопад в Бильбао (2021) [27].

Говоря о самом масштабном и серьезном стихийном бедствии 2021 г. в Испании, необходимо выделить *извержение вулкана Кумбре-Вьеха*<sup>15</sup> на о. Ла Пальма, принадлежащим к группе Канарских островов (рисунок 39).

Ущерб от извержения вулкана Кумбре-Вьеха испанские власти оценили более чем в 400 млн. евро. По состоянию на 8 октября 2021 г., лава накрыла 497 га земли и сельских полей, пострадало 1281 здание (из них 1186 были разрушены и 95 получили повреждения), 38,3 километра дорог разрушено.

В то время правительство Испании также призвало авиакомпании воздержаться от полётов в аэропорты о. Ла Пальма, о. Гомера и о. Йерро.

<sup>15</sup> Извержение вулкана Кумбре-Вьеха, расположенного на о. Ла Пальма (Канарские острова), началось 19 сентября 2021 г. в 15:12 по местному времени и закончилось 13 декабря 2021. Оно начиналось как боковое извержение вулканического хребта Кумбре-Вьеха, включающего южную половину испанского острова Ла Пальма на Канарских островах. Также стало рекордным в истории острова извержением, которое побило все предыдущие рекорды по длительности (85 дней), по объёму пирокластического материала, по объёму газов, тефре. В результате извержения было уничтожено более 3000 строений и эвакуировано 6000 человек [21].

После катастрофы острову придется восстанавливаться ближайшие 5 лет, отстраивать инфраструктуру и здания, налаживать сельское хозяйство, восстанавливать и благоустраивать выгоревшие природные зоны и т.п.



**Рисунок 39 – Извержение вулкана Кумбре-Вьеха на о. Ла Пальма в 2021 г.**

**Примечание – Источник: [21].**

Гостиничные объекты на о. Ла Пальма в большей степени представлены в категории однозвездочных до трехзвездочных отелей. Из-за извержения Кумбре-Вьеха, по официальным данным Института статистики Канарских островов, число спальных мест на о. Ла Пальма сократилось в 1,6 раза, что на – 66,6% меньше показателя 2020 г. в разгар пандемии коронавируса (с 8 тыс. мест до 4,8 тыс.) [109].

Как прокомментировал Карлос Гарсия Сицилия, вице-президент гостиничной ассоциации Ashotel<sup>16</sup> на о. Ла Пальма и менеджер отеля Hacienda San Jorge в Лос-Канкахосе, многие заведения закрылись. Из 123 заведений, которые работали в Ла-Пальме в марте 2020 г., осталось только 49. Во время извержения вулкана, большинство из них было закрыто, некоторые были заселены эвакуированными туристами из эпицентра событий местными жителями, а некоторые и вовсе были переполнены туристами, которые не покидали остров и съехались посмотреть на природное бедствие вживую. Не осталось мест в гостиницах, слегка отдаленных от эпицентра события, а также

---

<sup>16</sup> Ассоциация отелей Тенерифе, Ла Пальма, Ла Гомера и Эль Йерро (ASHOTEL) была основана в 1977 с целью защищать интересы своих участников-партнеров в рамках туризма и гостеприимства, которые выступают в качестве экономического двигателя Канарских островов [66].

на самолетах и паромах, направляющихся на остров. Первыми стали дефицитными места на водных судах из Пуэрто-де-Лос-Кристианос на Тенерифе, который также является частью Канарского архипелага, поскольку наплыв любопытных туристов возрастал ежедневно [109].

• **Экологические проблемы Испании.** Испания является самой засушливой страной в Европе, со слабым растительным покровом по сравнению с другими странами Европы, очень неравномерным объемом осадков (различия территориальные и временные) и скудными водными ресурсами. В дополнение к этим природным факторам является человеческое действие, которое исходит от предприятий, транспорта, бессознательного потребления пластика, бумаги и других ресурсов. В комплексе это создает большую опасность как для экологии Испании, так и для функционирования гостиничных объектов.

Во-первых, *загрязнение воздуха* в отдельных районах Испании действительно высоко (рисунок 40).



**Рисунок 40 – Чрезмерное загрязнение воздуха вредными веществами, выделенными в результате работы промышленных производств, транспортом и т.д.**

**в г. Барселона в 2016 г.**

**Примечание – Источник: [65].**

Так, по данным на период 1990-2006 гг. выбросы CO<sub>2</sub> увеличились на +50%, достигнув 433 млн. тонн (примерно 10 тонн на душу населения в год) [65]. По данным Statista с 2010 по 2019 гг. Испания сократила выбросы CO<sub>2</sub> с 379 млн. тонн до 279 млн. тонн [7]. Обычно в районах с сильным загрязнением

воздуха сосредоточены крупные города как г. Барселона и г. Мадрид, и предприятия (заводы, фабрики, предприятия питания и размещения). Выбросы газов также провоцируют создание парникового эффекта и способствуют глобальному потеплению, а у людей приводят к росту заболеваний дыхательной системы, а также к общему ухудшению самочувствия. Поэтому, большинство туристов стремится максимально сократить пребывание в таких районах. Гостиничный сектор не остался позади этой проблемы. Учитывая популярность направления эко-туризма, гостиничные объекты стараются угодить эко-путешественникам и предоставить всю возможную информацию об их устойчивом экологичном потреблении, экономии энергии и других ресурсов, а также предоставить лечебные спа-процедуры для улучшения здоровья [85].

Во-вторых, *загрязнение и бессознательное потребление вод* грозит дефициту чистой пресной воды. Как было упомянуто выше, в Испании водные ресурсы распределяются неравномерно как в пространстве, так и во времени. Емкость водохранилища в Испании составляет около 53,4 куб. км (2018 г.), а ежегодные потребности в воде, в том числе на городские, промышленные и сельскохозяйственные нужды только растут. В дополнение к этому, чрезмерная эксплуатация грунтовых вод приводит к таким проблемам, как уменьшение поверхностных выбросов, которые питают реки, озера и болота, а также засоление прибрежных районов. Кроме того, вода может содержать загрязняющие вещества (напр. сельскохозяйственными или промышленными отходами). Для гостиничного сектора это серьезный вызов, поскольку для должного функционирования любого гостиничного объекта необходимо использование вод, в том числе и пресных. На сегодняшний день, практически все отели стараются использовать сенсорные краны для сокращения потребления воды, фильтры для ее обеззараживания, и экологичную утилизацию, без вреда окружающей среде.

В-третьих, промышленная и человеческая деятельность генерирует *большое количество не переработанных отходов*, объемы которых ежегодно увеличиваются. По оценкам экологов, в 2007 г. отходы в Испании достигли почти 25 млн. тонн, что было эквивалентно примерно 525 кг на душу населения в год. Поэтому были приняты решения по их обязательной обработке и, по возможности, безопасной утилизации. По данным Statista, спустя 12 лет в 2019 г. по автономным сообществам Испании насчитывалось более 15 млн. тонн отходов, что уже демонстрирует общее сокращение отходов в стране. Андалусия заняла первое место как автономное сообщество, где было собрано больше всего городских отходов – 4,3 млн. тонн, за ней следует Каталония с 3,8 млн. и Валенсия с 2,5 млн. тонн. Регионом с наименьшим количеством собранных отходов стала Ла-Риоха с менее чем

134 тыс. тонн. Гостиничный сектор Испании также стремится к сокращению расходов от потребления продуктов и иных ресурсов. Так, по методологии Hotel Waste Measurement Methodology v1.0, разработанной на основе Целей устойчивого развития ООН, отели будут стремиться сократить отходы отелей на 50% к 2030 г. благодаря учету основных потребляемых ресурсов (батарейки, одноразовый пластик, бумага, стекло, древесина, твердые пищевые отходы и остатки еды, использованные катриджи для принтера и иные металлы и т.д.). К слову, данную методологию поддерживают гостиничные сети Accor, Hilton, Hyatt, IHG Hotels & Resorts и Marriott International [36].

Помимо этого, в Испании остро стоит вопрос о строительстве новых отелей на популярных курортах страны, которые угрожают национальным паркам и охраняемым природным территориям в Испании. Поскольку с каждым годом свободных земель для строительства гостиниц становится все меньше, некоторые испанские и иностранные бизнесмены идут на разные меры, а одна из них – *незаконное строительство*. Кроме того, что массовое строительство отелей буквально рядом друг с другом уже негативно сказывается на экологии вокруг, так еще и строительство в запрещенных зонах может крайне катастрофически сказаться на качестве воздуха, плодородности земли, чистоте воды, жизни растений и животных. Ярким примером нарушения экологических норм и защиты окружающей среды в истории гостиниц Испании является отель El Algarrobico, строившийся на одноименном пляже на территориях природного парка (Parque natural del Cabo de Gata-Níjar). Против данной идеи строительства выступили граждане и активисты Greenpeace, чтобы потребовать от автономного сообщества Андалусии и Министерства окружающей среды вернуть этот природный ландшафт гражданам. Конфликт закончился тем, что Верховный суд Испании признал строительство отеля El Algarrobico незаконным, и призвал строение к сносу [32; 87].

Подобных историй с незаконным строительством или несоблюдением обязательных норм при строительстве отелей не много. Несмотря на это, многие отели ведут политику открытости и прозрачности, чтобы показать и предоставить всю необходимую информацию о отеле своим клиентам, об его отношении к окружающей среде и соответствии стандартам и качеству.

• **Овертуризм**<sup>17</sup>. В допандемийный период (до 2019 г.) такой феномен, как толпы людей в крупных и малых туристических городах Испании, уже не

---

<sup>17</sup> Овертуризм (англ. Over tourism) – это совокупность негативных последствий от массового туризма, возникающее от посещения туристских дестинаций чрезмерным количеством посетителей, что в итоге приводит к постепенной физической и культурной деградации города или региона, разрушению колорита, к экологическому ущербу, росту цен на продукты и прочие жизненно необходимые услуги, что приводит к снижению качества жизни людей, проживающих в нем или поблизости [112].

нов для жителей г. Барселона (рисунок 41). Поскольку данный город считается одним из древнейших и туристических важных объектов Испании, миллионы туристов посещают его с целью приятного времяпрепровождения. По статистике специалистов на 2017 г., на 1,4 коренных жителей г. Барселона приходится в среднем 32 млн. международных туристов (из них 8 млн. ночевали в отелях) Поэтому для жителей города *большой наплыв туристов* оказывал негативное влияние – многие из жителей стараются переехать в более мелкие города или деревни.



**Рисунок 41 – Овертуризм в г. Барселона (2017 г.).**

**Примечание – Источник: [20].**

Как упоминалось выше, г. Барселона один из крупных городов Испании, который принимал больше всего туристов в период до пандемии COVID-19. Поэтому, чтобы не ухудшать благосостояние коренных граждан города, городской совет Барселоны принял закон о запрете на открытие гостиниц в центре города, который вступил в силу в 2017 г. В следствие этого закона было парализовано более 30 проектов, под угрозой оказались проекты крупных гостиничных сетей, таких как Four Seasons и Hyatt. Это было спорное решение властей, которое поставило гостиничную индустрию против испанского правительства, хотя благодаря этому удалось немного разгрузить город от международных туристов [20].

По данным консалтингового агентства Horwath NTL, в 2020 г. в г. Барселона прибыло не более 1 млн. международных и иностранных туристов [13; 58]. По сравнению с одним из самых загруженных годов (2017 г.) это значение меньше в 32 раза (–96,8%). Это подтверждает тот факт, что в постпандемийный период г. Барселона не наблюдается высокой

туристической активности, и жители города оправляются от больших наплывов туристов.

• **Нехватка квалифицированных кадров.** Несмотря на то, что Испания является страной Европейского союза с самым высоким процентом безработицы среди лиц в возрасте до 25 лет, некоторые стратегические сектора испанской экономики уже предупреждают о нехватке молодой рабочей силы. Строительство, промышленность и гостеприимство являются одними из наиболее пострадавших секторов. Одним из наиболее тревожных является *безработица среди молодежи*. По данным Министерства труда Испании, уровень безработицы среди лиц в возрасте до 25 лет в Испании составляет 36,9%, в то время как в Европейском Союзе средний показатель составляет 17,3% [31; 52]. Одна из основных проблем заключается в том, что работа в строительстве, гостиничном бизнесе или сельском хозяйстве на сегодняшний день очень трудоемка и малооплачиваемая. Кроме того, у молодого поколения наблюдается отсутствие должной профессиональной подготовки для работы в сфере гостеприимства. Следует добавить, что нехватка трудовых ресурсов была также явно ощутима на о. Ибица (один из известнейших туристических направлений Испании среди Балеарских о-вов). Директор гостиничного комплекса, расположенного в Портинатсе (о. Ибица), отметил, что из-за сложного периода после пандемии COVID-19 при трудоустройстве молодых специалистов его отелю приходилось выделять номера в качестве заработной платы [28]. Кроме того, он также отметил нехватку знаний и умений не только у приходящих молодых специалистов, но и у менеджеров среднего звена. В связи с этим, в сентябре 2021 г. Совет Министров принял новый закон о профессиональной подготовке молодежи, который предусматривает оплачиваемую практику на гостиничных и иных предприятиях и стимулирует работников добиваться высот в профессии.

В дополнение к этому, многие отели предоставляют все необходимые материалы для изучения (устав, стандарты, требования, инструкции), сопровождают и обучают сотрудников в период адаптации, после чего предлагают сотрудникам пройти курсы по повышению компетенций и квалификации. Предоставление таких возможностей от гостиничных объектов может побудить молодёжь трудоустроиваться в гостиничный сектор, развиваться в рамках своей профессии и в дальнейшем способствовать развитию как отдельного гостиничного предприятия, так и всего гостиничного комплекса в целом [101].

Отдельного внимания стоит созданная под эгидой ЮНВТО Академия с онлайн-курсами, вебинарами, личной библиотекой электронных ресурсов и т. п. Основной целью Академии ЮНВТО является помощь государствам-членам ЮНВТО, которая поможет им справиться проблемами и вызовами,

возникающими на сегодняшний день в туризме и гостеприимстве, посредством предложения всеобъемлющего портфеля инфопродуктов. Академия предоставляет следующие курсы: Введение в управление туристической отраслью; Введение в международное право туризма и путешествий; Искусственный интеллект (ИИ) в гостиничном бизнесе: проблемы и возможности для бизнеса; Освоение дегустации вин; Брендинг + инновации: «Brandinnovation»; Максимизация прибыльности спа и др. [89].

• **Влияние экономики совместного потребления на гостиничный сектор Испании.** На сегодняшний день экономика совместного потребления (англ. *sharing economy*<sup>18</sup>) является популярной моделью в экономике не только Испании, но и всего мира. Ярким примером данной модели являются Airbnb<sup>19</sup>. Похожими сервисами, однако более скромными и менее популярными можно назвать HomeAway (Vrbo), Vacasa, Innclusive, Boutique Homes, Kid and Coe, FlipKey, Overnight, Wimdu и Homestay. Все эти сервисы предназначены для поиска жилья на месте назначения, без посредников, и соответственно, без переплат. Для туристов, особенно опытных, такие сервисы являются заменой гостиниц, поскольку доступность и цена на краткосрочную аренду жилья чаще всего была ниже, чем номер в хорошей гостинице. Только в 2015 г. Испанию посетило 66 млн. туристов, из которых 7,5 % (около 5 млн. чел.) использовали систему Airbnb в качестве сервиса для поиска и аренды жилья. Это все поспособствовало увеличению числа арендодателей квартир Испании и увеличению мест и кроватей. По статистике, предложение мест в Испании через Airbnb составляет 2 млн., а предложение номеров в испанских отелях составляет всего 1,4 млн. и около 500 тыс. отдельных туристических апартаментов, которые предназначены лишь для туристов [5].

Рынок частного жилья посредством площадки Airbnb стал создавать *прецеденты в виде недобросовестной конкуренции* среди всего предложения жилья в Испании. Так, испанские отельеры и владельцы туристических апартаментов подчеркивают недобросовестную конкуренцию и жалуются на следующие проблемы: власти Испании не могут достаточно контролировать данный рынок и из-за этого с частного арендодателя не взимают налоги, такие как НДС на жилье, налог на прибыль и т.п.; отельеры уличают частных арендодателей в несоблюдении обязательств по страхованию и безопасности гостей, а также санитарной обработке помещений перед заселением; отсутствие гарантий у гостей, которые арендуют жилье без договора, что создает возможность спекуляций и мошенничества со стороны арендодателя.

---

<sup>18</sup> Sharing economy используется для описания экономической модели, основанной на коллективном использовании товаров и услуг, бартере и аренде вместо владения. Совместное потребление основано на идее, что удобнее платить за временный доступ к продукту, чем владеть этим продуктом.

<sup>19</sup> Airbnb - онлайн-площадка для размещения и поиска краткосрочной аренды частного жилья по всему миру [4].

В качестве решения проблем с недобросовестной конкуренцией на рынке жилья и гостиничных услуг в Испании можно отобразить как испанские власти и налоговые боролись с частными арендодателями. В 2018 г. власти издали закон, согласно которому все компании и частные лица должны приобрести регистрационный номер на жилые помещения, которые они хотят сдавать туристам. Большинство городов (включая г. Барселона и г. Мадрид) приняли такую лицензионную программу. В частности, о. Майорка и о. Ибица (Балеарские о-ва) имели сложную борьбу с Airbnb. С 2016-2018 гг. местные власти оштрафовали частных хозяев и Airbnb на тысячи долларов, поскольку те не зарегистрировали дома у городских властей. Что касается налоговых Испании, то в рамках закона о защите прав потребителей они потребовали от платформы Airbnb передачи базы данных испанских клиентов. Кроме того, согласно приказу Airbnb должны были в будущем идентифицировать владельца квартир в Испании, проверять легальность квартиры (полный адрес и кадастровый номер), предоставлять данные о количестве дней аренды, полученной сумме за аренду и даты каждого заезда туристов. Даже на жесткие требования властей, американская платформа Airbnb полностью не отвечала по обязательствам и часть испанских арендодателей все же продолжала работать нелегально. Несмотря на это по статистике в 2019 г. в стране было зарегистрировано около 500 тыс. частных квартир на Airbnb, что говорит о сокращении рынка частного жилья для туристов на -75%. Своевременная поддержка местных властей Испании помогла разобраться с недобросовестной конкуренцией на рынке аренды жилья и помогла отельерам восстановить стабильный поток туристов на свои объекты [76].

На сегодняшний день Airbnb не представляет угрозы для испанского гостиничного сектора, однако платформы аналоги и прочие сервисы, которые еще не регулируются законом, могут вновь создать неблагоприятную ситуацию для гостиниц Испании.

- **Мошенничество и кражи в гостиничном бизнесе Испании.** Поскольку гостиничный сектор Испании обладает внушительными размерами, а туристический поток только увеличивается, на рынке гостиничных услуг часто можно встретить мошенников и спекулянтов, от которых страдают как туристы, так и сами испанские гостиничные объекты. Что касается туристов, то чаще всего их могут обмануть через площадки Airbnb, Booking.com и похожие платформы. В этих сервисах мошенники публикуют квартиры, апартаменты и номера в гостиницах, запрашивают низкую цену по отношению к рыночной, и после оплаты туристами исчезают или вовсе предоставляют другое жилье. За все время на Airbnb по поводу мошеннических афер с квартирами и отелями в Испании было написано более 1000 негативных отзывов от туристов на платформе TripAdvisor [132]. Кроме

фальшивого жилья, мошенники могут обмануть международных туристов по схеме «купон» на скидку в отелях Испании. Так, мошенники рассылают пользователям сети Интернет «купоны» на скидку до 50% на проживание в отелях Испании при оформлении через платформу Booking.com [29]. Мошенники представляются сотрудниками туроператора Onetraveltrip (который сделан как копия популярного туроператора OneTwoTri) и предлагают использовать «купон» на скидку. Если пользователь соглашается, то мошенники запрашивают данные человека для оформления бронирования, после чего просят выслать 50% стоимости для завершения бронирования и оплаты номера. Далее пользователь получает подтверждение бронирования от Booking.com и ждет своей поездки в Испанию. По итогу, турист приезжает в испанский отель к назначенному дню, а в отеле выясняется, что бронь на номер была снята буквально пару дней назад и для того, чтобы заселиться в этот номер нужно заплатить в полном объеме. По итогу турист платит 150% за номер (из которых 50% ушли мошенникам). Также, стоит отметить, что в большинстве случаев с такими аферами сталкиваются отели в г. Мадрид, а число пострадавших от аферы превышает 6,7 тыс. туристов [22]. Однако гостиницы не могут помочь вернуть деньги обманутым туристам, а могут лишь предоставить им ваучер по бронированию и его отмене. Кроме того, для предотвращения подобных случаев в будущем, отелям стоит размещать на своих сайтах информацию о безопасном бронировании и контакты, куда могут обратиться все желающие по вопросам бронирования, что будет являться предупредительным действием по борьбе с мошенниками в гостиничном бизнесе.

По отношению к гостиницам Испании схемы афер несколько сложнее. Во-первых, мошенники-туристы могут взимать у отеля компенсации за моральный и физический ущерб, который они нанесли себе сами или его вовсе не было. Так, в 2018 г. на Балеарских о-вах было возбуждено дело о ложной претензии некоторого числа британских туристов по поводу питания в отелях. Суть аферы мошенников заключалась в том, что они подавали иск об отравлении из-за питания в гостиницах, после чего получали компенсацию от отелей. Когда таких случаев стало довольно много, отельеры Балеарских о-вов распознали обман. Высокий суд Балеарских островов до 2019 г. приговорил к аресту 7 фигурантов дела об этом мошенничестве, а пару туристов и вовсе приговорили к тюремному сроку за подобное деяние. В общей сложности, Федерация гостиничного бизнеса о. Майорки заявила, что если бы отели своевременно не обратились в суд, то мошенничество с поддельными пищевыми отравлениями за 2016-2018 г. достигло бы до 60 млн. евро компенсаций только на о. Майорка [72].

Помимо этого, к такой проблеме как мошенничество можно добавить *кражи в отелях Испании*. Поскольку с увеличением потока международных туристов эта проблема усугубилась, многие отели Испании стали бороться с этим явлением следующим образом.

Во-первых, в гостиницы Испании стали поставлять постельное белье, *полотенца и халаты со встроенным чипом*, который может идентифицировать изделие и определить его местонахождение. Такую разработку придумали компания Resuinsa в г. Валенсия, специализирующаяся на текстиле для гостиничного бизнеса. В первую очередь, основной целью такой инновации была возможность контролировать процесс эволюции продукта на каждом из его этапов, (напр., где находятся простыни и полотенца, были ли они уже вымыты, сколько раз и т.п.). Однако дизайнеры компании Resuinsa также подумали о том, сколько постельных принадлежностей постоянно теряется в руках гостей или сотрудников, и создали микрочип для принадлежностей, а также противоугонный коврик и антенну (оснащены считывателем чипов (RFID)), которые могут быть установлены на выходе и будут предупреждать компьютерную систему гостиницы, если какая-либо из вещей будет покидать пределы гостиницы.

Во-вторых, отели высокого класса должны быть оснащены *системой безопасности*, частной охраной как внутри, так и по всей территории гостиницы, а также устанавливать камеры видеонаблюдения во всех общественных местах. Поскольку роскошные отели пользуются спросом у состоятельных международных туристов и граждан Испании, многие грабители фокусируются именно на них (на примере отеля Monument в г. Барселоне (рисунок 42)).

В 2019 г. произошел случай в отеле Monument г. Барселоны, где грабитель украл ювелирные изделия на 100 тыс. евро из сейфа в номере отеля у членов королевской семьи Катара [46]. Из-за широкого освещения в международных и испанских СМИ отельеры высококлассных гостиничных объектов по всей Испании стали уделять особое внимание охране и безопасности своих гостей и их имущества. Для предотвращения подобных случаев, во многих высококлассных отелях Испании установили современные и надежные сейфы для хранения особо важных вещей постояльцев, а также вся территория отеля постоянно патрулируется частными охранниками. Кроме того, если гости предупреждают администрацию отеля о перевозке важных документов, крупной сумме денег или о наличии при себе дорогих украшений, то администрация, в свою очередь, может посоветовать гостям подписать договор с испанском банком (в котором имеется хранилище) об аренде банковской ячейки под надежной защитой, в которую гости смогут поместить свои личные вещи.



Рисунок 42 – Пятизвездочный отель Monument в г. Барселоне.

Примечание – Источник: [46].

- **Международный терроризм.** В настоящее время тема международного терроризма и его влияния на сферу туризма и гостеприимства широко обсуждается исследователями и отельерами как в Испании, так и во всем мире. К сожалению, террористические акты происходят довольно часто и уносят жизни большого числа людей, и Испания не является исключением. В 2010 г. в девяти государствах-членах ЕС (Великобритании (до Brexit), Бельгии, Германии, Ирландии, Испании, Италии, Франции и Швеции) было зарегистрировано 249 террористических нападений, большая часть которых произошла в Испании (90 случаев) и Франции (84 случаев). От общего числа террористических нападений в странах ЕС за 2010 г. на Испанию приходилось около 36% [81].

По сравнению с 2010 г. в период с 2013–2017 г. в Испании произошло 16 террористических нападений, из-за которых погиб 21 человек и 110 пострадало [149]. Стоит отметить, что большая часть из этих случаев произошла в Каталонии. Хотя в последнее десятилетие общая террористическая активность в Испании снизилась, стоит выделить два масштабных случая, которые повлияли на сферу туризма и гостеприимства в Испании.

Первый случай произошел в 11 марта 2011 г., когда группа исламистов взорвала четыре поезда в пригородной сети г. Мадрид, в результате чего погибло 192 человека (считается одним из самых жестоких в испанской истории между 1968 и 2021 гг.) [9]. Этот случай до сих пор считается самым крупным из террористических атак в Испании и во всей Европе.

Далее 17 августа 2017 г. произошел еще один крупный террористический акт в Испании на популярном у туристов бульваре Рамблас в г. Барселона, в результате которого микроавтобус с террористом сбил насмерть 13 человек и навредил более 100 пострадавшим [9].

Несмотря на трагическое событие популярность Испании и г. Барселона сохранилась, и в 2017 г. не наблюдалось резкого снижения показателя числа международных прибытий в город [14].

На сегодняшний день в Испании борьба с терроризмом в основном возложена на силы и органы государственной безопасности, однако испанские гостиницы также стараются максимально обезопасить своих клиентов от возможной угрозы. Это проявляется в информировании своих потенциальных клиентов о ситуации в стране и в регионе (где расположен отель), усиленной системе безопасности и охраны территорий, также в знаниях и профессионализме сотрудников гостиниц Испании.

#### **Выводы по 2 главе:**

Таким образом, на функционирование гостиничного комплекса Испании влияет множество современных тенденций. Наиболее популярными являются: рост популярности wellness-индустрии, которая подразумевает отдых с оздоровлением на гостиничных объектах Испании (на примере отелей Villa Magalean Hotel & Spa, Casas Rurales Picachico, Robinson Jandia Playa, Sant Jordi Boutique Hotel и Sa Creu Nova Petit Palais Art & Spa); ориентация на новый сегмент рынка – «Bleisure travelers» (туристы, путешествующие с целью смены обстановки и работы), поскольку на сегодняшний день удаленная работа становится популярным условием организации труда; цифровизация и предложение более удобных услуг для гостей, что отражается в росте популярности бронирования испанских отелей посредством онлайн ОТА, появлении мобильных приложений гостиниц Испании с множеством функций (напр., по бронированию, заселению, контролю за энергией в комнате и т.д.), создание интеллектуальной цифровой платформы для туризма под эгидой Министерства промышленности, торговли и туризма, которая приведет в будущем к интеграции гостиничных объектов Испании, объединению общедоступных и частных данных туризма и гостеприимства для создания более конкурентной бизнес-аналитики, что позволит испанским гостиницам перенимать опыт ведения бизнеса и адаптации к изменениям в окружающей среде, взаимосвязи и удовлетворению потребностей всех участников цепочки создания стоимости туризма; виртуальная и дополненная реальность, которая

предоставляет возможность туристам посетить гостиницы Испании, оставаясь дома (виртуальные туры по отелям); бесконтактное заселение и выселение в гостиницах способствует санитарной безопасности туристов от скопления на стойке ресепшн, а также упрощает и сокращает время на выселение из номера; устойчивое развитие и ориентация на «зеленое» будущее», которое подразумевает сознательное потребление товаров и услуг, также сокращение негативного влияния на окружающую среду (сокращение потребления энергии и добыча энергии посредством солнечных батарей, переработка отходов и пластика (на примере отелей Mas Salagros, Botánico & The Oriental Spa Garden, Terra Bonansa, Monnaber Nou, Ea Astei), ориентация на здоровый образ жизни и спорт и т.п.); продажа отелей и иных средств размещения по всей Испании как возможность для инвестиций и поддержания гостиничных объектов Испании после кризиса, вызванного пандемией COVID-19.

Помимо тенденций на функционирование гостиничного комплекса Испании повлияли современные вызовы, с которыми испанский гостиничный сектор сталкивался за последние 10 лет. Из наиболее масштабных можно выделить следующие: природные катаклизмы (наводнения от Средиземного моря, наводнение в Бильбао (2021 г.), извержение вулкана на Канарском о-ве Ла-Пальма (2021 г.)); экологические проблемы Испании (загрязнение атмосферы газовыми выбросами, вод и территории страны отходами производства, строительство отелей на территории природоохранных зон и т.д.); овертуризм (в допандемийный период); нехватка квалифицированных кадров, которая наблюдается в гостиничных объектах Испании; угроза влияния *sharing economy* на гостиничный сектор Испании; терроризм.

Проанализировав данные тенденции и вызовы, можно сказать, что гостиничный комплекс Испании адаптировался к большинству из них, отразил готовность и способность к противостоянию негативных последствий любых современных вызовов, а в рамках тенденций правительством Испании и отельерами страны были выявлены перспективные возможности для развития гостиничного сектора по данным направлениям.

## ГЛАВА 3 ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО СЕКТОРА ИСПАНИИ

### 3.1 Перспективы развития гостиничного сектора Испании

Индустрия гостеприимства Испании пережила на протяжении всей истории многочисленные кризисы, хотя ни один из них не сравнится с кризисом, вызванным пандемией COVID-19, который стала препятствием для основного источника доходов гостиниц, а именно – иностранных и внутренних туристов. Это побудило множество профессионалов и отельеров задаться вопросом, что ждет гостиничный сектор в ближайшем будущем.

Очевидно, что не все гостиничные объекты Испании находятся на должном уровне развития с точки зрения участия в процессах цифровизации гостиничного бизнеса. Поэтому для развития отстающих испанских гостиничных объектов в настоящее время нужно обеспечить *доступ к популярным гостиничным системным ПО*, распространять информацию об отеле в сети Интернет и социальных сетях, вести открытую и прозрачную деятельность и публиковать отчеты о работе гостиниц для повышения доверия у потенциальных клиентов и инвесторов, внедрять виртуальные туры по гостинице, создавать мобильные приложения для более упрощенного и защищенного бронирования (позволит избегать мошенников и наценок через платформы по бронированию), а также публиковать отзывы своих клиентов для обратной связи и открытого обсуждения достоинств и недостатков гостиницы и ее услуг, что в будущем поможет выявлять проблемы и решать их своевременно.

Кроме того, согласно стратегическому **плану «Plan de turismo 2020»**, целью развития туризма и гостеприимства на ближайшее будущее является развитие для испанской туристической системы отличительных преимуществ новой экономики, в которой инновации, знания, а также набор и развитие талантливых кадров являются ключевыми стратегическими активами для удовлетворения потребностей клиентов и успеха в бизнесе [64].

Достижение этих целей в будущем может поспособствовать повышению спроса на услуги испанских гостиниц и созданию более привлекательного имиджа на мировом рынке.

Согласно стратегическому плану «Plan de turismo 2020», ключевыми факторами успешного устойчивого развития гостеприимства являются:

1. *Генерирование новых знаний для последующей адаптации к изменяющейся окружающей среде*, а также для принятия решений на уровне организации. Сюда можно отнести новые правила на мировом рынке гостиничных услуг, которые диктуют потребители этих услуг. Например, необходимость удовлетворения своих эмоциональных потребностей, нежели временных. Туристы пребывают в гостиницах Испании с целью расслабления и отдыха, поэтому им необходимо получить от такого времяпрепровождения максимально положительные эмоции, нежели пребывание с большим количеством неприятных моментов. Поэтому отельерам необходимо учитывать индивидуальные запросы клиентов и создавать атмосферу дружелюбности, а не напряжённости в своих гостиницах.

2. *Инновации для создания ценности*. На сегодняшний день НИОКР<sup>20</sup> являются важным инструментом для конкуренции на международном рынке гостиничных услуг, который характеризуется активными процессами глобализации, растущим влиянием клиентов на рынке, усилением конкуренции и постоянным технологическим развитием. Это означает, что в настоящее время вклад в создание гостиничных услуг и продукта должно иметь качественный окрас, нежели количественный. Создание более качественных гостиничных услуг поспособствует большей заинтересованности потребителей, что спровоцирует повышение спроса на такие услуги. Качественные услуги должны будут включать инновации, новые решения, они необходимы быть адаптированы под условия изменчивой окружающей среды, а также постоянно улучшаться, с точки зрения направленности на желания клиентов [110]. Нужно добавить, что совершенствование гостиничных услуг должно быть с ориентацией на желания клиентов, информационная и контактная поддержка гостей до заселения и после (в том числе обратная связь), инновации. Принимая во внимание, что инновации и новые технологии стоят дорого для внедрения для многих гостиниц Испании, поэтому одним из предложений может быть создание общего Фонда гостиничных объектов Испании для сбора средств на поддержание функционирования гостиничных объектов в следствие непредвиденных ситуаций (стихийные бедствия или экономические кризисы), а также по финансированию проектов по развитию и улучшению состояния гостиниц Испании качества их услуг.

3. *Дифференциация трудовых ресурсов на гостиничных предприятиях*. Поскольку в настоящее время отношение и ориентация на клиента уже имеют важное значение, трудовые ресурсы гостиничных организаций являются ключом к будущей устойчивости туристической и гостиничной отрасли.

---

<sup>20</sup> Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР), которые представляют собой совокупность работ, направленных на получение новых знаний и их последующее практическое применение при создании нового продукта или услуги [137].

Знания работников гостиниц стали фундаментальной основой как для создания стоимости, так и для устойчивости развития гостиничного комплекса и его адаптации к конкурентной среде на мировом рынке. Помимо знаний, в гостиничном секторе будут цениться сотрудники, обладающие талантом и оперативностью, с которой все положительные качества сотрудника помогают разработать новые планы и решения для поддержки состояния гостиничных объектов [64]. Стоит дополнить, что развитие, обучение, и продвижение трудовых ресурсов должно будет являться ключевым фактором развития гостиничного комплекса Испании в целом, поскольку на сегодняшний день потребителю очень ценно отношение «поставщик-потребитель» с точки зрения получения эмоционального удовлетворения. Также трудовые ресурсы вносят огромный вклад в развитие гостиничных объектов, применяя собственные решения и адаптируя их под конкретные запросы и условия окружающей среды, что повышает эффективность гостиничного предприятия и его конкурентоспособность на мировом рынке гостиничных услуг. К достижению данных целей можно предложить сотрудникам испанских отелей обучение сотрудников гостиниц в международных гостиничных академиях (напр., Hilton University, UNWTO Academy и др.).

4. *Адаптация существующих гостиничных продуктов и разработка новых.* В условиях постоянной меняющейся обстановки в мире, гостиничные объекты должны предлагать актуальные услуги, сочетающие в себе все аспекты, которые ожидает получить потребитель. Так, во время активного распространения коронавирусной инфекции, отельеры ввели в привычку частые санитарные обработки помещений и предметов общественного пользования, что значительно снижало риски заболеваемости гостей в отелях Испании. Также, были введены новые услуги, как доставка завтрака в номер, если клиент не хочет спускаться в зал общественного питания. Помимо этого, многие отельеры учли, что большинство клиентов желают все-таки перемещаться по территории гостиниц, а также присутствовать в общественных зонах как бассейн, кафе, пляж и т.п., поэтому совершили полную перепланировку на территории, которая поспособствовала сокращению контактов людей между собой. Кроме того, отели ввели в практику сотрудничество со многими организациями, что позволяет, не выходя из гостиницы получить все необходимое: от доставки еды, одежды, и прочих вещей, экскурсий и услуг психологов и медицинских работников, до различных развлечений, как дайвинг, прогулки по морю на лодках и яхтах, планетарии и иные развлечения, которые могут оказываться «на месте». К числу новых продуктов можно отнести услуги связанные с MICE. Предложения по организации деловых встреч и конференций уже не ново для отелей, однако совершенствование помещений и технологий позволит проводить любые форматы мероприятий по любым индивидуальным

запросам [64]. Кроме того, расширение спектра гостиничных услуг повысит доходность гостиничных предприятий Испании, а также отразит вовлеченность гостиниц в создание более удобных условий и качественных услуг для своих клиентов (напр., организация спектаклей, небольших концертов, школ-танцев (Фламенко) в конференц-залах отелей). Сюда можно также отнести продвижение и поддержку МІСЕ-туризма для развития многих испанских гостиниц. Поскольку многие из них имеют конференц-залы и отдельные территории для проведения массовых событийных мероприятий, то отельерам стоит учитывать, что во времена снижения туристской активности, такие услуги можно предлагать и внутренним потребителям. У испанских гостиниц уже есть опыт сдачи в аренду номерного фонда во время пандемии под офисы и рабочие кабинеты, так что крупные помещения и конференц-залы могут использоваться для проведения как выставок и прочих экспозиций, так и для проведения концертов, награждений и иных церемоний.

5. *Конкурентное репозиционирование гостиничных объектов на рынке.* На сегодняшний день Испания как туристическая страна популярна среди туристов благодаря курортам и продвижению направления «солнце и пляж». Однако, в будущем испанские власти намерены поменять концепцию с пляжного отдыха на развитие эко- и сельских гостиничных объектов. Поскольку в Испании уже много лет наблюдается демографический кризис, специалисты в области экологии уверены, что большинство туристов (а именно старшие поколения) будут предпочитать умеренный отдых в сельской местности активному отдыху на пляжных курортах Испании. Помимо этого, акцент будет не только на пожилых людях, но и на защитников природы и животных, а также вегетарианцев и сознательных потребителей [64]. К этому стоит добавить ориентацию на экологию и сознательное потребление повысит доверие и привлекательность гостиничных объектов в глазах клиентов, что позитивно отразится на доходности от оказания эко-услуг гостиницами иностранным и местным потребителям. Стоит учитывать, что в Испании одной из преобладающих тенденций на рынке гостиничных услуг является ориентация на «зеленое» будущее, появляется все больше эко-отелей, которые могут предложить туристам натуральные продукты и безопасные для экологии услуги. Поэтому испанским властям стоит обратить внимание на данное направление и разработать политику по регулированию и правовой защите таких гостиничных заведений, а также подумать о возможном сокращении налогов по отношению к этим отелям (поскольку они добывают и потребляют до 50% собственной энергии).

Подводя итог по вышеизложенным данным, можно отметить, что у гостиничного сектора Испании есть множество перспектив для развития испанских гостиничных объектов, которые в будущем будут способствовать

повышению эффективности работы гостиничного комплекса Испании, а также созданию сильного и привлекательного имиджа испанских отелей по всему миру, что повысит их конкурентоспособность, инвестиционную привлекательность, финансовую результативность и усилит их влияние на мировой рынок гостиничных услуг.

### **3.2. Основные направления по заимствованию опыта Испании для совершенствования работы гостиничного сектора Республики Беларусь**

Изучив и проанализировав все вышеизложенное, были выявлены основные направления по возможному заимствованию опыта Испании для развития гостиничного сектора Республики Беларусь:

1. Заимствование опыта Испании с целью совершенствования соответствующей политики и создания надлежащих институциональных механизмов регулирования сферы гостеприимства в целом, и гостиничного сектора в частности [103]. Принимая во внимание высокий уровень развития гостиничного комплекса Испании, его высокую экономическую значимость, очевидно, что существующий механизм регулирования данной сферы деятельности на национальном уровне является эффективным. Модель управления, представленная в Испании, предполагает регулирование гостиничного сектора государственными органами через тесное взаимодействие с местными властями и частным бизнесом в целях повышения эффективности инвестиционных проектов, привлечения из частного сектора дополнительных ресурсов для решения государственных задач, оптимизации сотрудничества между звеньями разных уровней управления и уточнения взаимовыгодных форм бизнес-партнерства. Результатом такой политики является формирование смешанных по форме собственности структур в области регулирования гостиничного сектора (можно изучить на основе *Paradores* как национальной гостиничной сети и государственного предприятия, участвующего в управлении гостиничным сектором на макроуровне).

2. Создание национальной гостиничной цепи с возможным выходом на рынок гостиничных услуг других стран. Это обеспечивает повышение уровня международной конкурентоспособности гостиничного сектора страны, а также содействует росту экспорта услуг (форма поставки услуг «коммерческое присутствие» в соответствии с ГАТС). Для этого

рекомендуется более детально изучить опыт функционирования Paradores, ее ключевых направлений деятельности.

3. Создание общего шаблона отечественного ПО для гостиничных объектов, содержащее в себе все необходимые базовые функции для ведения гостиничной деятельности, которое будет доступно на всех компьютерах с выходом в сеть Интернет по платной подписке. Появление подобного ПО повысило производительность и эффективность гостиничных объектов Беларуси за счет упрощенных процессов управления, бронирования, учета и составления отчетов.

4. Создание ассоциации по развитию гостеприимства в Беларуси, в состав которой будут входить как национальные субъекты хозяйствования, так и иностранные. Это позволит объединить гостиничные объекты страны, продвигать их интересы на внутреннем и мировом рынке. Для развития национальной гостиничной индустрии, расширению и улучшению качества гостиничных услуг, продвижению их на внутренний и зарубежные рынки необходимо развитие международных отношений путем вступления ассоциации в региональные и мировые отраслевые организации и объединения (например, Международный Совет гостиничных ассоциаций, Комитет гостиничной и ресторанной индустрии европейского региона, Международная гостиничная и ресторанная ассоциация и др.). Следует отметить, что в мире существует большое количество международных организаций и объединений, которые созданы с целью содействия развитию индивидуального государства и совершенствования международных экономических отношений. К числу международных отраслевых организаций следует отнести Международную гостиничную и ресторанную ассоциацию, в состав которой входят более 300 тыс. отелей и 8 млн. ресторанов. К числу региональных отраслевых организаций относятся Межамериканская гостиничная ассоциация, Арабский гостиничный союз, Комитет гостиничной и ресторанной индустрии европейского региона. Сотрудничество с международными специализированными организациями позволяет получить передовой опыт и доступ к новым знаниям, содействует установлению контактов в профессиональной сфере, повышает имидж страны на международной арене [103].

5. Ориентация на «зеленое» будущее» как на приоритетное направление в развитии белорусского туризма. Популярность эко-отелей растет с каждым годом, что для Беларуси, как для страны, в которой достаточно природных, водных и культурных ресурсов, может быть прибыльным направлением. Однако отдельные белорусские эко-отели или агроусадьбы не могут конкурировать на мировом рынке гостиничных эко-услуг. Поэтому в настоящее время многие гостиничные объекты, в том числе и агроусадьбы Беларуси объединяются в кластеры, с помощью чего

белорусские гостиницы, отели, хостелы, усадьбы и др. могут пользоваться одними ресурсами (природными, трудовыми, оборудованием и пр.), быстро поставлять друг другу сырье или продукцию, обмениваться знаниями, инновациями, в том числе в неформальной обстановке. В таких кластерах гостиничные предприятия кооперируются и не конкурируют между собой. Поэтому развитие существующих и создание новых кластеров необходимо важно для устойчивого развития внутреннего и международного туризма Республики Беларусь.

б. Обучение персонала по международным стандартам в академиях по туризму и гостеприимству (на примере Hilton University, UNWTO Academy и др.), поощрение новых идей, стратегий и программ по развитию гостиничного комплекса Беларуси (за счет государственного бюджета или иностранных инвестиций).

### **Выводы по 3 главе:**

Таким образом, гостиничный сектор Испании имеет хорошие перспективы для дальнейшего развития своих гостиничных объектов. Однако для этого отельерам необходимо совершенствовать гостиничные услуги, улучшать их качество и учитывать все пожелания потребителей, делать акцент на обучение трудовых ресурсов и на получение новых знаний, для последующего развития гостиничных объектов, внедрять инновации и новые технологии для повышения эффективности работы гостиничного предприятия, продвигать и поддерживать развитие MICE-туризма, ориентироваться на экологию и уметь адаптироваться к изменчивой окружающей среде, а также позиционировать гостиницы с точки зрения открытости и прозрачности для клиента с целью создания более конкурентного и привлекательного имиджа отеля. Соблюдение этих рекомендаций в будущем будут способствовать лишь повышению эффективности работы гостиничного комплекса Испании, а также созданию сильного и привлекательного имиджа испанских отелей, что повысит их конкурентоспособность и влияние на мировом рынке гостиничных услуг.

Гостиничный сектор Республики Беларусь имеет небольшие масштабы деятельности, нежели испанский. Однако, Беларусь представляет собой уникальную туристскую дестинацию, ничем не похожую на европейские и иные. Страна обладает внушительными историческими, культурными, трудовыми, природными ресурсами, в том числе водными. Также, на мировом рынке большинство гостиничных объектов Беларуси характеризуется удобной

инфраструктурой, хорошим расположением, аккуратными и чистыми номерами, а также вежливым и высококвалифицированным персоналом. Именно поэтому у многих иностранных туристов Республика Беларусь как туристская дестинация вызывает огромный интерес.

Отельеры гостиничного комплекса Беларуси могут перенять опыт испанских отельеров в следующих областях: развития инновационных технологий; создания отечественных гостиничных сетей с разными брендами, туристской ассоциации по развитию сферы гостеприимства и отечественного ПО для гостиниц; обучения кадров по мировым стандартам туристских и гостиничных академий; ориентации на «зеленое» будущее и объединения агроусадьб и эко-отелей в кластеры; продуктивного и прибыльного использования помещений гостиниц, когда отсутствует поток иностранных туристов (развитие МТСЕ-туризма, сдача комнат в аренду для компаний и т.п.).

Безусловно, предложение рекомендаций не носит исчерпывающий характер, и они могут быть дополнены на основании дополнительных исследований.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Испания на сегодняшний день представляет собой одну из крупных экономик ЕС, является главным туристическим центром Европы, обладает множеством природными, историческими, культурными и иными ресурсами для поддержания экономической стабильности страны. Развитие испанского туризма напрямую зависит от процветания гостиничного комплекса Испании, поскольку именно отели и гостиничные объекты являются визитной карточкой всех туристических дестинаций в любой точке страны.

В данной дипломной работе посредством эмпирических методов сбора, обработки и анализа данных, методов контент- и интент-анализа, методов систематизации и классификации было проведено исследование истории развития гостиничного сектора Испании, изучено современное состояние гостиничного сектора Испании, определены факторы развития гостиничного комплекса Испании, определены тенденции и вызовы, которые влияют на функционирование гостиничного комплекса страны, выявлены перспективы развития гостиничного сектора как элемента индустрии туризма и гостеприимства Испании, а также разработаны рекомендации по возможному внедрению успешного зарубежного опыта в практику функционирования гостиничного сектора Республики Беларусь.

Исследование истории развития гостиничного сектора показало, что начало развития гостиничного комплекса Испании пришлось на период до н.э. Однако активное становление гостиничных объектов и формирование их уникального и привлекательного имиджа пришлось лишь на XIX-XXI вв. Среди всех городов Испании начиная с XVII в. одним из наиболее развитых центров туризма в стране являлся г. Барселона. Там располагалось больше всего гостевых домов, хостелов и иных средств экономного размещения. В то время начали появляться первые отели, туристические ассоциации и органы управления сферы гостеприимства, а Испания становилась популярной туристской дестинацией. Уже в середине XX в. появилась заинтересованность местных инвесторов вкладываться в испанский гостиничный сектор. В то же время активно продвигалось направление «солнце и пляж» и массовый туризм, а главный упор туристских и гостиничных объектов был сосредоточен на повышении и увеличении туристских потоков в страну, а также на получении доходов от туристской и гостиничной деятельности.

Испании удалось развить туристский потенциал до такой степени, что уже в начале XXI в. в страну стало прибывать более 50 млн. иностранных туристов каждый год. К 2008 г. Испания стала 3-й страной в мире после Франции и США по количеству туристических прибытий (45 млн. чел.) и

4-й страной в мире после США, Франции и Италии по доходам от туризма (61,6 млн. долл. США), а уже в 2015 г. Испанию впервые признали самой туристической страной по данным ЮНВТО и Всемирного экономического форума. Это признание подтверждалось каждые два года вплоть до 2019 г. в докладе «Travel and Tourism Competitiveness Report».

На данный момент гостиничный сектор Испании восстанавливается после кризиса, вызванного COVID-19. К 2021 г. число международных прибытий увеличилось на +63,6% (31,1 млн. чел.), доходы от оказания гостиничных услуг на +88,3% (340,8 млн. долл.), число гостиничных объектов осталось на прежнем уровне (9,6 тыс. ед.), и инвестиции на +27,7% (1,2 млрд. долл. США) по сравнению с 2020 г.

Проанализировав современное состояние гостиничного сектора Испании, можно отметить, что успех в развитии гостиничных объектов страны во многом обусловлен популярностью Испании у международных туристов за счет благоприятного климата, развитой туристской инфраструктуры и наличию большого числа туристских и гостиничных предложений, а также благодаря поддержке со стороны государства, благодаря высокому уровню конкурентоспособности сферы туризма и путешествий ТТСИ, высокому уровню развития благодаря высокой инвестиционной привлекательности страны как туристской дестинации.

О развитии состоянии гостиничного комплекса Испании также говорят показатели гостиничной деятельности отелей страны (число гостиниц, RevPAR, ADR, заполняемость гостиниц, среднее пребывание и инвестиции в данный сектор, наличие гостиничных цепей). Говоря о гостиничных сетях, то всего в Испании насчитывается 297 брендов гостиничных сетей, из которых 205 относятся к национальным брендам гостиниц, а 92 – к иностранным. Преобладание национальных брендов гостиничных сетей на рынке гостиничных услуг Испании говорит о защищенности национальных гостиничных объектов от иностранного влияния, правовой и инвестиционной поддержке национальных брендов со стороны государства и инвесторов. Что касается инвестиционной привлекательности сектора, то в гостиничные объекты Испании с 2010 по 2020 гг. было вложено инвестиций на сумму более 21,1 млрд. долл. США. Кроме того, эффективной и финансовой результативностью гостиничного сектора Испании можно отметить развитие МІСЕ-индустрии. Растущая популярность данного направления подтверждается наличием в стране большого числа конференц- и конгресс-отелей (с номерным фондом более 4 тыс. комнат), в том числе тех, которые входят в ТОП-15 лучших конференц-отелей Европы (Melia Castilla Hotel & Convention Center, Hilton Barcelona, Hilton Diagonal Mar Barcelona, Hotel

Novotel Madrid Center, Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center, Hotel Arts Barcelona).

Современное состояние гостиничного сектора Испании помимо истории обусловлено многими факторами, такими как экономические (состояние национальной экономики, инвестиционная привлекательность), социально-демографические (уровень жизни и благосостояние граждан, охрана окружающей среды и безопасность), технологические (системные ПО, мобильные приложения, сайты в сети Интернет, виртуальные туры по гостиницам, применение роботов и пр.), политико-правовые (правовое регулирование сферы гостеприимства, поддержка национальных гостиничных объектов, визовая политика), природно-климатические (климат, природные ресурсы) и историко-культурные (историческое, культурное, архитектурное наследие Испании, в том числе объекты ЮНЕСКО).

Более того, в работе были определены современные тенденции и вызовы, которые на протяжении последнего десятилетия (2011–2021 гг.) влияют на развитие гостиничного комплекса Испании. Среди тенденций можно выявить рост популярности wellness-индустрии, которая подразумевает отдых с оздоровлением на гостиничных объектах Испании (на примере отелей Villa Magalean Hotel & Spa, Casas Rurales Picachico, Robinson Jandia Playa, Sant Jordi Boutique Hotel и Sa Creu Nova Petit Palais Art & Spa); ориентация на новый сегмент рынка – «Bleisure travelers» (туристы, путешествующие с целью смены обстановки и работы), поскольку на сегодняшний день удаленная работа становится популярным условием по организации труда; цифровизация и предложение более удобных услуг для гостей, что отражается в росте популярности бронирования испанских отелей посредством онлайн ОТА, появлении мобильных приложений гостиниц Испании с множеством функций (напр., по бронированию, заселению, контролю за энергией в комнате и т.д.), создание интеллектуальной цифровой платформы для туризма под эгидой Министерства промышленности, торговли и туризма, которая приведет в будущем к интеграции гостиничных объектов Испании, объединению общедоступных и частных данных туризма и гостеприимства для создания более конкурентной бизнесаналитики, что позволит испанским гостиницам перенимать опыт ведения бизнеса и адаптации к изменениям в окружающей среде, взаимосвязи и удовлетворению потребностей всех участников цепочки создания стоимости туризма; виртуальная и дополненная реальность, которая предоставляет возможность туристам посетить гостиницы Испании, оставаясь дома (виртуальные туры по отелям); бесконтактное заселение и выселение в гостиницах способствует санитарной безопасности туристов от скопления на стойке ресепшн, а также упрощает и сокращает время на выселение из номера; устойчивое развитие и

ориентация на «зеленое» будущее», которое подразумевает сознательное потребление товаров и услуг, также сокращение негативного влияния на окружающую среду (сокращение потребления энергии и добыча энергии посредством солнечных батарей, переработка отходов и пластика (на примере отелей Mas Salagros, Botánico & The Oriental Spa Garden, Terra Bonansa, Monnaber Nou, Ea Astei), ориентация на здоровый образ жизни и спорт и т.п.); продажа отелей и иных средств размещения по всей Испании как возможность для инвестиций и поддержания гостиничных объектов Испании после кризиса, вызванного пандемией COVID-19.

К современным вызовам, с которыми испанский гостиничный сектор сталкивался за последнее десятилетие (2011-2021 гг.), можно выделить природные катастрофы: наводнения от Средиземного моря, наводнение в Бильбао (2021 г.), извержение вулкана на Канарском о-ве Ла-Пальма (2021 г.); экологические проблемы: загрязнение атмосферы газовыми выбросами, вод и территории страны отходами производства, строительство отелей на территории природоохранных зон; овертуризм (до 2019 г.); нехватка квалифицированных кадров; угроза влияния sharing economy (до 2019 г.); мошенничество и кражи в гостиничном бизнесе Испании, которые портят репутацию гостиниц как на национальном, так и на международном рынке гостиничных услуг; международный терроризм.

После анализа данных современных тенденций и вызовов, можно сказать, что гостиничный комплекс Испании адаптировался к большинству из них, отразил готовность и способность к противостоянию негативных последствий любых современных вызовов, а в рамках тенденций правительством Испании и отельерами страны были выявлены перспективные возможности для развития гостиничного сектора по данным было выявлено, что гостиничный сектор Испании имеет хорошие перспективы для дальнейшего развития своих гостиничных объектов (генерирование новых знаний для последующей адаптации к изменяющейся окружающей среде, совершенствование гостиничных услуг, улучшать их качество и учитывать все пожелания потребителей, необходимость удовлетворения эмоциональных потребностей клиентов, нежели временных и т.п.), инновации для создания ценности (внедрять инновации и новые технологии для повышения эффективности работы гостиничного предприятия, новые решения, которые должны быть адаптированы под условия изменчивой окружающей среды, информационная и контактная поддержка гостей до заселения и после (в том числе обратная связь) и т.п.), дифференциация трудовых ресурсов на гостиничных предприятиях (акцент на обучении трудовых ресурсов и на получение новых знаний, для последующего развития гостиничных объектов), адаптация существующих гостиничных продуктов и разработка новых

(продвижение и поддержка развития МІСЕ-туризма, ориентация на экологию, а также позиционирование гостиниц Испании с точки зрения открытости и прозрачности для клиента с целью создания более конкурентного и привлекательного имиджа отеля). Если гостиничные объекты Испании будут развиваться в данных направлениях, то они поспособствуют лишь повышению эффективности работы гостиничного комплекса Испании, а также созданию сильного и привлекательного имиджа испанских отелей, что повысит их конкурентоспособность и влияние на мировом рынке гостиничных услуг.

На основании проведенных исследований в работе представлены рекомендации по возможному внедрению успешного зарубежного опыта Испании в практику функционирования гостиничного сектора Республики Беларусь: совершенствование соответствующей политики и создание надлежащих институциональных механизмов регулирования сферы гостеприимства в целом, и гостиничного сектора в частности; создание национальной гостиничной цепи с целью повышения международной конкурентоспособности гостиничного сектора и экспорта гостиничных услуг; создание общего шаблона отечественного ПО для гостиничных объектов, содержащее в себе все необходимые базовые функции для ведения гостиничной деятельности, которое будет доступно на всех компьютерах с выходом в сеть Интернет по платной подписке; создание ассоциации по развитию гостеприимства в Беларуси с целью.....; ориентация на «зеленое будущее» как приоритетное направление в развитии белорусского туризма; повышение профессиональной квалификации сотрудников предприятий индустрии гостеприимства в соответствии с международными стандартами по туризму и гостеприимству (на примере Hilton University, UNWTO Academy и др.), поощрение новых идей, стратегий и программ по развитию гостиничного комплекса Беларуси (создание грантовых программ для финансирования).

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. 10 hoteles sostenibles en España con mejores prácticas ecológicas [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://www.enestadocrudo.com/hoteles-sostenibles-espana>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
2. 15 best hotel apps for iOS and Android [Electronic resource]. – Mode of access: <https://thinkmobiles.com/blog/best-hotel-apps/>. – Date of access: 14.04.2022.
3. 2022 Top Hospitality Industry Trends [Electronic resource]. – Mode of access: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/hospitality-industry-trends>. – Date of access: 14.04.2022.
4. Airbnb official website [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.airbnb.com/>. – Date of access: 14.04.2022.
5. Airbnb y los pisos en España [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://renovaliainmobiliaria.com/airbnb-y-los-pisos-en-espana/>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
6. Análisis del Empleo en el Sector de Hostelería 2019-2021: propuestas para un empleo sostenible y de calidad [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ccoo-servicios.es/archivos/analisis%20empleo%20hosteleria%202019-2021.pdf>. – Дата доступа: 13.12.2021.
7. Annual carbon dioxide emissions in Spain from 1970 to 2020 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/449821/co2-emissions-spain/>. – Date of access: 14.04.2022.
8. Annual turnover of the Paradores de Turismo hotel chain in Spain from 2014 to 2019 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/743443/paradores-de-turismo-annual-turnover-in-spain/>. – Date of access: 14.04.2022.
9. Atentados en Barcelona y Cambrils: al menos 14 muertos y un centenar de heridos [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://www.elmundo.es/cataluna/2017/08/17/5995b303e5fdeafa358b45aa.html>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
10. Average number of nights spent by international tourists in hotel accommodations in Spain from 2004 to 2019 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/451480/average-stay-by-international-tourists-in-hotel-accommodations-in-spain/>. – Date of access: 14.04.2022.
11. Bacon, P. Spain Hotels & Chains Report 2021 / P. Bacon. – Spain; Horwath HTL, November 2021.

12. Baedeker official website [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.baedeker.com>. – Дата доступа: 25.10.2021.
13. Barcelona Market Update 2020 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.hospitalitynet.org/file/152008869.pdf>. – Date of access: 14.04.2022.
14. Barcelona Terror Attack - Impact on Tourism in Spain [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.euromonitor.com/article/barcelona-terror-attack-impact-tourism-spain>. – Date of access: 14.04.2022.
15. Boyer, M. (2002). El turismo en Europa, de la Edad Moderna al siglo XX. *Historia Contemporanea*, 25; 13–31.
16. Boyer, M. (2018). Innovation and 19th century hotel industry evolution. *Tourism Management*, 64, 314–323.
17. Businesswire official website [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.businesswire.com/portal/site/home/my-business-wire/>. – Date of access: 14.04.2022.
18. Capital invested in the hotel industry in Spain from 2010 to 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/751285/annual-hotel-investment-in-spain/>. – Дата доступа: 30.10.2021.
19. Cost of Living Spain [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.numbeo.com/cost-of-living/>. – Дата доступа: 01.11.2021.
20. Crisis turística: Barcelona busca limitar la cantidad de visitantes [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://www.infobae.com/turismo/2017/02/01/crisis-turistica-barcelona-busca-limitar-la-cantidad-de-visitantes/>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
21. Cumbre Vieja volcanic eruption 2021 [Electronic resource]. – Mode of access: [https://es.abcdef.wiki/wiki/2021\\_Cumbre\\_Vieja\\_volcanic\\_eruption](https://es.abcdef.wiki/wiki/2021_Cumbre_Vieja_volcanic_eruption). – Date of access: 14.04.2022.
22. Cupón en dólares de Despegar en hoteles: estafa maestra [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://pirluttravel.com/cupon-en-dolares-de-despegar>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
23. Cvent's Top 25 Meeting Destinations in Europe [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.cvent.com/microsites/cvents-2019-top-meeting-destinations/cvents-top-25-meeting-destinations-in-europe>. – Date of access: 23.04.2021.
24. Cvent's Top 50 Meeting Hotels in Europe [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.cvent.com/microsites/cvents-2019-top-meeting-hotels/cvents-top-50-meeting-hotels-in-europe>. – Date of access: 15.03.2021.
25. El Consorcio de Compensación de Seguros en 2021: Terremotos, inundaciones y erupción volcánica [Recurso electrónico]. - Modo de acceso:



[https://hotelkitchen.org/wpcontent/uploads/2021/09/HotelWasteMeasurementMethodology\\_SEP2021\\_v1.0.-1.pdf](https://hotelkitchen.org/wpcontent/uploads/2021/09/HotelWasteMeasurementMethodology_SEP2021_v1.0.-1.pdf). – Date of access: 14.04.2022.

37. Hoteles Ecológico en España [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://www.tripadvisor.es/Hotels-g187427-zff24-Spain-Hotels.html>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.

38. Hotels Pan Emea Market Update March 2021 [Electronic resource]. – Mode of access: [https://www.cbrehotels.com/-/media/cbre/regionalemea/hotels/pan\\_emea\\_hotels\\_market\\_update\\_21.pdf](https://www.cbrehotels.com/-/media/cbre/regionalemea/hotels/pan_emea_hotels_market_update_21.pdf). – Date of access: 14.04.2022.

39. HOTREC association of Hotels and Restaurants [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hotrec.eu/>. – Дата доступа: 11.11.2021.

40. ICCA (2019): ICCA Statistics Report Country & City Rankings Public Abstract, June 2020, International Congress and Convention Association

41. International tourism Highlights 2020 Edition [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456>. – Date of access: 14.04.2022.

42. International tourist arrivals in Spain [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>. – Date of access: 14.04.2022.

43. La Exposición Internacional de Barcelona en 1929 y su utilización propagandística [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: [https://www.researchgate.net/publication/284433145\\_La\\_Exposicion\\_Internacional\\_de\\_Barcelona\\_en\\_1929\\_y\\_su\\_utilizacion\\_propagandistica](https://www.researchgate.net/publication/284433145_La_Exposicion_Internacional_de_Barcelona_en_1929_y_su_utilizacion_propagandistica). - Fecha de acceso: 14.04.2022.

44. La Rambla, Barcelona's most emblematic boulevard [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.barcelo.com/guia-turismo/en/spain/barcelona/things-to-do/la-rambla/>. – Date of access: 14.04.2022.

45. Lesur, J. M. (2005). Les hôtels de Paris. De l'auberge au palace, XIXe siècles. Neuchâtel: Alphil.

46. Los hoteles de lujo de Barcelona se blindan ante la ola de robos a turistas [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://www.preferente.com/noticias-de-turismo/los-hoteles-de-lujo-de-barcelona-se-blindan-ante-la-ola-de-robos-a-turistas-290366.html>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.

47. Los nuevos riesgos a los que se enfrentan los hoteleros [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: [https://www.hosteltur.com/135090\\_nuevos-riesgos-se-enfrentan-hoteleros.html](https://www.hosteltur.com/135090_nuevos-riesgos-se-enfrentan-hoteleros.html). - Fecha de acceso: 14.04.2022.

48. Mas Salagros Eco Resort - Aire Ancient Baths [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.agoda.com/mas-salagros-eco-resort-aire-ancient-baths/hotel/vallromanas-es.html?cid=1719871>. – Дата доступа: 16.03.2022.

49. Melia Hotels International Targets Asia For Growth [Electronic resource]. – Mode of access: <https://investvine.com/melia-hotels-international-targets-asia-for-growth/>. – Date of access: 14.04.2022.
50. MICE-tourism Events
51. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo sobre turismo y hotelería [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mincotur.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx>. – Дата доступа: 15.02.2022.
52. Ministerio de Trabajo y Economía Social de España [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://www.mites.gob.es/>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
53. Movimientos turísticos en fronteras. Frontur. Marzo 2022 [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://ine.es/dyngs/INEbase/es/>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
54. NH Hotel Group official website [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.nh-hotels.com/>. – Date of access: 14.04.2022.
55. Number of establishments in the hotel industry in Spain from 2010 to 2021 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/1227369/establishments-in-the-hotel-and-similar-accommodation-industry-in-spain/>. – Date of access date: 14.04.2022.
56. Number of hotels and rooms in hotels and hostels in Spain, by star rating [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/775031/hotel-rooms-in-spain-by-star-rating/>. – Date of access date: 14.04.2022.
57. Number of tourists who visited Spain in 1959 and 1973 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/1240505/spain-tourism-volume-1959-1973/>. – Date of access: 14.04.2022.
58. Número de turistas según comunidad autónoma de destino principal [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23988>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
59. Ocupación hotelera en España [Электронный источник] / – Режим доступа: <https://www.ceicdata.com/en/spain/hotel-statistics>. – Дата доступа: 22.10.2021.
60. Online guest reviews and Classification systems [Electronic resource]. – Mode of access: [europe.unwto.org/es/node/42068](https://europe.unwto.org/es/node/42068). – Date of access: 13.11.2021.
61. OPC España [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://opcspain.org/>. – Дата доступа: 20.01.2022.
62. Ostelea official website [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ostelea.com/en/about-us>. – Дата доступа: 25.10.2021.
63. PARADORES [Электронный источник] / – Режим доступа: <https://empresa.parador.es/>. – Дата доступа: 10.11.2021.

64. Plan del Turismo Español Horizonte 2020 [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://www.tourspain.es/es-es/Conozcanos/Documents/HistoricoPoliticaTuristica/PlanTurismoEspanolHorizonte2020.pdf>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
65. Principales problemas medioambientales en España [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ecologiaverde.com/principales-problemas-medioambientales-en-espana-1519.html>. – Дата доступа: 06.11.2021.
66. Proyectos Estratégicos de España [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://ashotel.es/quienessomos/proyectos-estrategicos/>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
67. Realidad virtual en hoteles [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://visualtours3d.com/tours-virtuales-sectores/realidad-virtual-en-hoteles>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
68. Regulación estatal del turismo en España [Электронный источник] / – Режим доступа: [https://ru.frwiki.wiki/wiki/Secrétariat\\_d%27État\\_au\\_Tourisme\\_%28Espagne%29](https://ru.frwiki.wiki/wiki/Secrétariat_d%27État_au_Tourisme_%28Espagne%29). – Дата доступа: 07.11.2021.
69. Rosscló, M., & Valdívie, P. (2009). Turisme i arquitectura en la Barcelona d'inicis de segle XX. Barcelona: XI Congrés d'Historia de Barcelona (Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona) [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://upcommons.upc.edu/handle/2117/7983>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
70. Salario medio de los empleados del hotel [Электронный источник] / – Режим доступа: <http://www.salaryexplorer.com/salary-survey.php?loc=203&loctype=1&job=412&jobtype=3>. – Дата доступа: 05.11.2021.
71. SEGITTUR [Электронный источник] / – Режим доступа: <https://tourism4sdgs.org/initiatives/smart-tourism-system-sts-segittur-spain/>. – Дата доступа: 09.11.2021.
72. Siete imputados en el fraude de las diarreas en hoteles [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://www.elmundo.es/baleares/2018/09/04/5b8e727522601df8698b458b.html>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
73. Sitio oficial de Asociaciones de fundaciones de España [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://www.fundaciones.org/es/inicio>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
74. Sobre España [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.red2000.com/spain/1index.html>. – Дата доступа: 10.10.2021.
75. SPAIN CONVENTION BUREAU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://scb.es/>. – Дата доступа: 20.01.2022.

76. Spain Cracked Down Hard on Airbnb [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.cntraveler.com/story/spain-cracked-down-big-on-airbnb-last-week>. – Date of access: 14.04.2022.
77. Spain Occupancy Rate: Hotel Room [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.ceicdata.com/en/spain/hotel-statistics/occupancy-rate-hotel-room>. – Date of access: 14.04.2022.
78. Spain Spa Hotels [Electronic resource]. – Mode of access: <https://spahotels-spain.com/>. – Date of access: 14.04.2022.
79. Spanish luxury hotels invest in Wellness & Spa Tourism [Electronic resource]. – Mode of access: <https://medical-travel.es/spanish-luxury-hotels-invest-in-wellness-spa-tourism/>. – Date of access: 14.04.2022.
80. Terrorismo en España 2013-2017 [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://www.datosmundial.com/europa/espana/terrorismo.php>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
81. Te-Sat 2011 Eu Terrorism Situation And Trend Report [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.europol.europa.eu/sites/default/files/documents/te-sat2011.pdf/>. – Date of access: 14.04.2022.
82. The European Travel Agents' and Tour Operators' Associations [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ectaa.org/en>. – Дата доступа: 09.11.2021.
83. The great economic advantages that-would produce [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://www.semanticscholar.org/paper/De-las-grandes-ventajas-economicas-que-produciría-Cuadra/>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
84. The Passive House Institute (PHI) [Electronic resource]. – Mode of access: <https://passivehouse.com/>. – Date of access: 14.04.2022.
85. The three most important environmental issues facing Spain today [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/867204/spain-most-important-environmental-issues/>. – Date of access: 14.04.2022.
86. The World Bank [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.data.worldbank.org/en/>. – Date of access date: 14.04.2022.
87. The world's ugliest hotels [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.telegraph.co.uk/travel/hotels/galleries/The-worlds-ugliest-hotels/ugly-el-algarrobic/>. – Дата доступа: 06.11.2021.
88. TOP tourism destinations by international arrivals [Electronic resource]. – Mode of access: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=ES>. – Date of access: 14.04.2022

89. Tourism Human Capital Development [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.unwto.org/UNWTO-academy>. – Date of access: 14.04.2022.
90. Tourism Management journal [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.sciencedirect.com/journal/tourism-management/vol/82/suppl/C>. – Date of access: 14.04.2022.
91. Tourism Market Trends: World Overview & Tourism Topics // World Tourism Organisation. – Madrid, 2008. – 199 p.
92. Travel and Tourism Competitiveness Report [Электронный источник] / – Режим доступа: <https://www.weforum.org/initiatives/gcp/TravelandTourismReport/TravelTourismCompetitivenessReport2019>. – Дата доступа: 04.11.2021.
93. Trends análisis de viajes en el fin de semana 2017–2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.google.ru/trends/explore?date=today%205-y&q=weekend%20in%20spain>. – Дата доступа: 04.03.2022.
94. TURESPAÑA [Электронный источник] / – Режим доступа: <https://www.tourspain.es/es-es>. – Дата доступа: 08.11.2021.
95. Viajeros, pernoctaciones por tipo de alojamiento por comunidades y ciudades autónomas [Recurso electrónico]. - Modo de acceso: <https://ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2941/>. - Fecha de acceso: 14.04.2022.
96. Viviendas turísticas (2021M08) [Electronic resource]. – Mode of access: <https://inespain.maps.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=a304c973b12848159d2d308cfbb50b24>. – Date of access date: 14.04.2022.
97. Walton, J. K. (2009). Prospects in tourism history: Evolution, state of play and nature developments. *Tourism Management*, 30, 783–793.
98. Walton, J. K. (2011). Seaside tourism in Europe: Business, urban and comparative history. *Business History*, 53(6), 900–916.
99. Александрова А. Ю. География мировой индустрии туризма. М., 1998. Александрова А. Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма. М., 1996.
100. Гайдукевич, Л. М. Развитие международного туризма и обеспечение безопасности туристов / Л. М. Гайдукевич // *Белорусский журнал международного права и международных отношений*. — 2005. — № 2. — С. 39—44.
101. Горбылева, З.М., Шамардина И.А. Трудовой потенциал как главный ресурс развития сферы туризма // *Вести института предпринимательской деятельности*. 2019. № 1 (20). С. 89–97.
102. Город Рупит Испания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://transferdiamar.com/gorod-rupit/>. – Дата доступа: 14.04.2022.

103. Дедок, В.М. Международная конкурентоспособность гостиничного сектора Республики Беларусь в условиях глобализации : диссертация. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / В.М. Дедок ; БГУ. – Мн., 2018.– 332 с.
104. Жижанова, Ю. Н. Развитие гостиничного сектора Испании на современном этапе: влияние кризиса и поиск новых решений / Ю. Н. Жижанова // Известия Сочинского государственного университета. – 2014. – № 3. – С. 103–106.
105. Иванов, В. В. Гостиничный менеджмент / В. В. Иванов, А. Б. Волов // – М: ИНФРА-М. – 2007.– 384 с.
106. Как работать удаленно в Испании: все преимущества для фрилансеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://alegria-service.com/blog/immigration/remote-work-from-spain-for-freelancers/>. – Дата доступа: 14.04.2022.
107. Мероприятия MICE в Испании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spaine-learning.ru/ru/study/37MOHFYKTHE5T87V>. – Дата доступа: 21.01.2022.
108. Миграция испанского населения из страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://espanarusa.com/ru/news/article/567792>. – Дата доступа: 02.11.2021.
109. На Канарах расцвел вулканный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tourprom.ru/news/52662>. – Дата доступа: 14.04.2022.
110. НИОКР: виды и факторы эффективности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://viafuture.ru/sozдание-startapa/niokr-rasshifrovka>. – Дата доступа: 14.04.2022.
111. Опасные и безопасные для туристов города Испании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://travelask.ru/articles/samye-opasnye-i-samye-bezopasnye-goroda-ispanii>. – Дата доступа: 05.11.2021.
112. Понятие Овертуризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://raikea.ru/overtourism>. – Дата доступа: 14.04.2022.
113. Портал 101Hotels.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://101hotels.com/>. – Дата доступа: .
114. Рейтинг веб-сайтов всех категорий в Испании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.similarweb.com/ru/top-websites/spain/>. – Дата доступа: 03.02.2022.
115. Робот Репер в отеле Испании Mystery Guest [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://espanarusa.com/ru/news/article/606384>. – Дата доступа: 03.11.2021.

116. Скобин С. С. Менеджмент в туризме: учеб. Пособие / С. С. Скобин // – М.: Магистр, 2011. – 447 с.

117. Смирнов, В. А. Факторы эффективного развития гостиничного бизнеса / В. А. Смирнов. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 30 (216). — С. 52-54. — URL: <https://moluch.ru/archive/216/52180/> (дата обращения: 28.10.2021).

118. Шамардина, И. А. Упрощение визовых формальностей как существенный фактор развития международного туризма / И. А. Шамардина // Минск: БГЭУ, 2014, Т. 1. - С. 121-122.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ АВТОРА

1. Носацкая Е.В., Ланина К.В. Перспективы развития международного туризма в условиях цифровой трансформации труда / К.В. Ланина, Е.В. Носацкая // *Мировая экономика: современные тенденции развития. Digital capitalism* [Электронный ресурс]: материалы респ. конкурса эрудитов по мировой экономике, Минск, 14 дек. 2021 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: Е. А. Достанко (гл. ред.) [и др.]. – Минск: БГУ, 2022. - С. 42-48.

2. Носацкая Е.В., Дедок В.М. Развитие МICE-туризма в Испании /Е.В. Носацкая, В.М. Дедок // *Международные отношения: история, теория, практика* : материалы XII науч.-практ. конф. молодых ученых фак. междунар. отношений Белорус. гос. ун-та, Минск, 3 февр. 2022 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: Е.А. Достанко (гл. ред.) [и др.]. – Минск: БГУ, 2022. – С.425-431

3. Носацкая Е.В., Дедок В.М. Современное состояние и перспективы развития гостиничного сектора Испании// *Беларусь в современном мире = Беларусь у сучасным свеце* : материалы XIX Междунар. науч. конф., посвящ. 100-летию образования Белорус. гос. ун-та, Минск, 29 окт. 2021 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Е. А. Достанко (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2021. – С.452-458.

4. Носацкая Е. В. Современные тенденции и перспективы развития сферы туризма в Испании / Е.В. Носацкая // *Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов. Вып. 27* / сост. М. Д. Липницкая; под общ. ред. Е. А. Достанко. — Минск: Четыре четверти, 2022. — С. 156—158.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

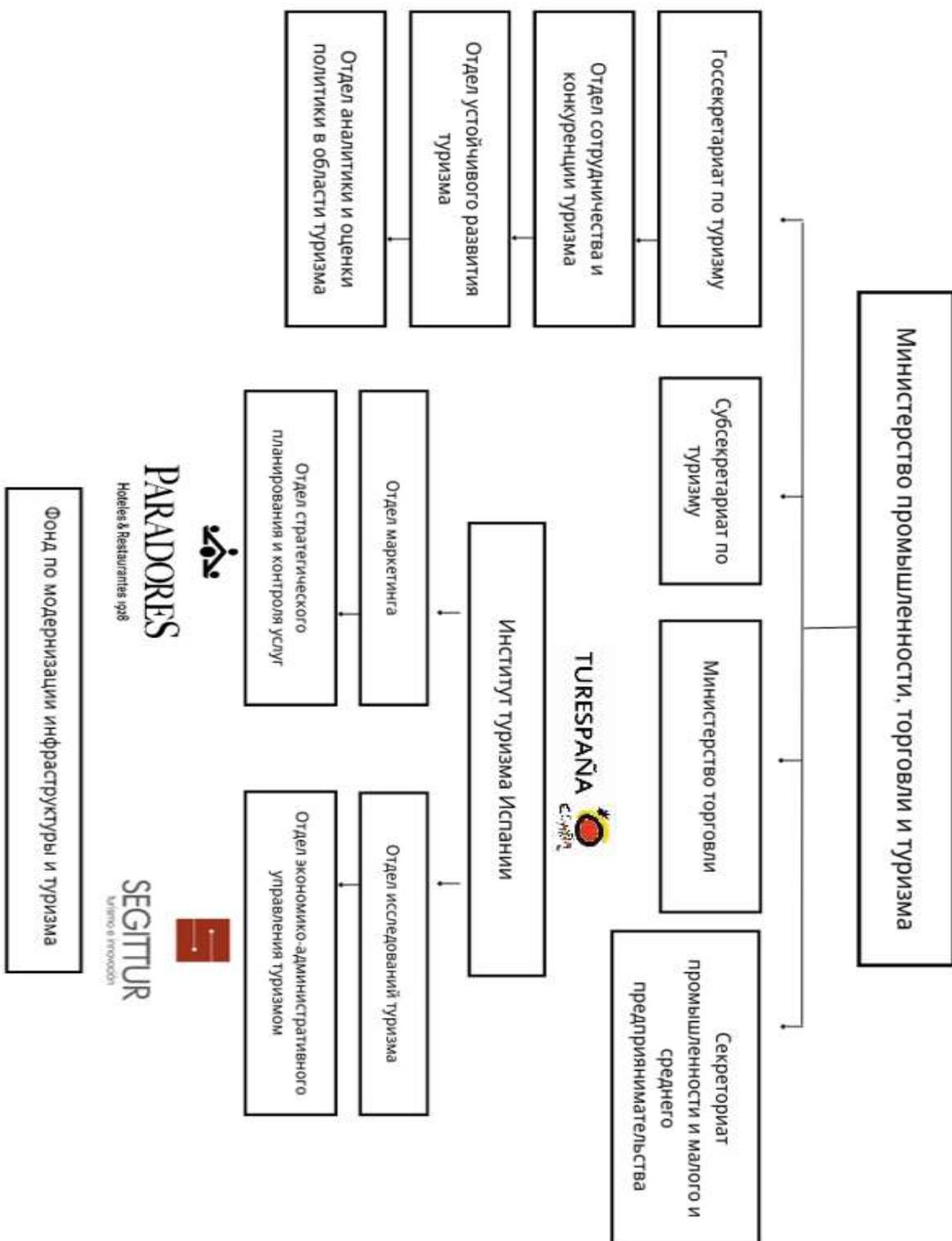


Рисунок А.1. – Организационная структура управления Министерства промышленности, торговли и туризма.

Примечание – Источник: [51].



## ПРИЛОЖЕНИЕ В

За 2021 г. всего в гостиницах по всем районам Испании проживало более 20,3 млн. иностранных туристов, и по данным INE, самые популярные туристские дестинации Испании, которые приняли иностранных туристов в своих гостиницах:

1. Каталония (4,2 млн. чел.);
2. Балеарские острова (3,8 млн. чел.);
3. Канарские острова (3,1 млн. чел.);
4. Андалусия (2,9 млн. чел.);
5. Мадрид (1,9 млн. чел.);
6. Валенсия (1,4 млн. чел.);
7. Страна Басков (629, 7 тыс. чел.);
8. Галисия (467,8 тыс. чел.);
9. Кастилья и Леон (460,7 тыс. чел.);
10. Арагон (269,0 тыс. чел.);
11. Кастилья-ла-Манча (157,3 тыс. чел.);
12. Мурсия (150,3 тыс. чел.);
13. Астурия (134,3 тыс. чел.);
14. Кантабрия (127,6 тыс. чел.);
15. Наварра (125,0 тыс. чел.);
16. Эстремадура (96,9 тыс. чел.);
17. Риоха (52,7 тыс. чел.);
18. Мелилья (4 тыс. чел.);
19. Сеута (2,5 тыс. чел.) [58].

Из данного списка следует, что самыми популярными туристскими дестинациями в Испании являются Каталония, Балеарские и Канарские острова, Андалусия и Мадрид, которые разместили на своей территории более 15,9 млн. чел в гостиницах.

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Таблица Г.1. – Рейтинг национальных и международных брендов гостиниц в Испании по размеру номерного фонда

Национальные бренды			
Рейтинг	Название	Число гостиниц, ед.	Число номеров, ед.
1	Meliá	39	11 657
2	H10	52	11 367
3	Barceló	41	10 484
4	Sol	27	9 992
5	Eurostars	92	9 828
6	Best	29	9 368
7	Iberostar	26	7 597
8	Globales	32	7 525
9	Riu	18	7 001
10	Catalonia	55	6 461
Международные бренды			
Рейтинг	Название	Число гостиниц, ед.	Число номеров, ед.
1	NH	65	7 527
2	AC by Marriot	57	6 437
3	Alua	16	4 609
4	Ibis	39	4 285
5	Allsun Hotels	22	4 142
6	NH Collection	28	3 749
7	B&B Hotels	38	3 537
8	Tryp by Wyndham	21	2 776
9	Ibis Budget	24	2 311
10	Novotel	7	2 026

Примечание – Источник: составлено автором по данным [11].

## ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Г

К отелям *эконом и среднего класса* относятся национальные испанские бренды как Globales, Sol, Playa Sol Ibiza Hotels, Med Playa, Azuline, Servigroup, Catalonia, H Top, Blue Sea, Best с общим номерным фондом 20,377 комнат. Международные бренды представлены такими наименованиями, как Ibis, B&B Hotel, NH, Ibis Budget, Holiday Inn Express, Campanile, Allsun Hotels, Ibis Styles, Travelodge и Alua.

*Люксовые сетевые бренды* отелей представлены в Испании на национальном уровне, и насчитывают Meliá, Iberostar, Eurostars, Barceló, Gran Meliá, Riu Palace, H10 Hotels, Lopesán, Dreamplace Hotels & Resorts и Grand Palladium с номерным фондом 15,477 комнат (59 отелей), и международные представлены следующие: NH Collection, Hard Rock Hotels, The Ritz Carlton, Autograph Collection, Westin, Sheraton, W, Radisson Blu, Secrets и Dreams с номерным фондом 7,441 комнат (36 отелей) [11].

## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Таблица Д.1. – Экономические показатели Испании.

Показатели	2017	2018	2019	2020	2021
ВВП, трлн. долл. США	1,3	1,4	1,3	1,2	1,4
Ежегодный прирост ВВП, %	2,9	2,2	2,0	-10,8	5,1
ВВП на душу населения, тыс. долл. США	28,1	30,3	29,5	27,0	30,0
Ежегодный прирост ВВП на душу населения, %	2,7	1,8	1,3	-11,2	11,1
Ежегодный темп изменения ИПЦ, %	2,1	2,4	2,2	0,7	2,7
Экспорт товаров и услуг, млрд. долл. США	417,4	460,2	499,4	392,4	-
Импорт товаров и услуг, млрд. долл. США	368,3	412,9	460,8	373,5	-
Сальдо внешней торговли услугами, млрд. долл. США	49,1	47,3	38,6	18,9	-
Удельный вес экспорта товаров и услуг в структуре ВВП, %	35,1	35,1	34,9	30,6	-
Ежегодный темп роста экспорта товаров и услуг, %	5,51	1,73	2,4	-20,1	-
Ежегодный темп роста импорта товаров и услуг, %	6,7	4,2	0,7	-937,5	-3,5
Удельный вес сферы услуг в ВВП, %	67,8	67,8	67,9	67,7	74,8
Удельный вес занятого населения в сфере услуг, %	75,5	75,4	75,6	-	43,1
Удельный вес занятого населения в сфере туризма, %	13,4	13,5	17,0	12,4	11,8
Удельный вес занятого населения в гостиничном секторе, %	10,3	10,4	13,9	9,3	8,7

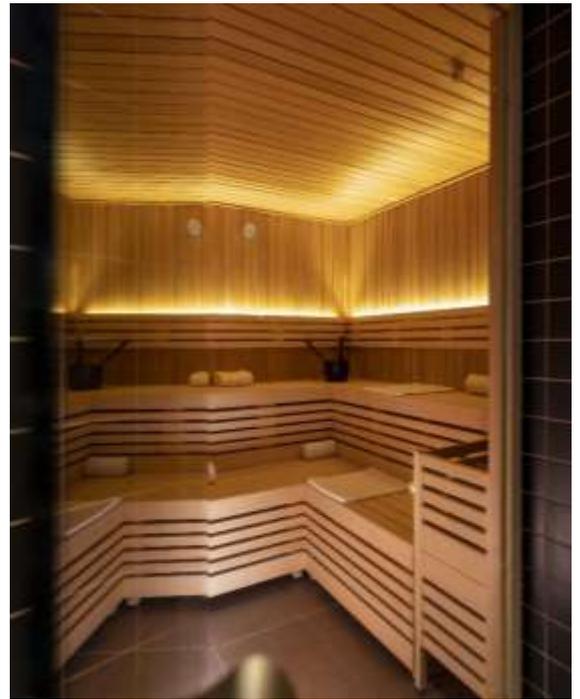
## ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Д

Продолжение таблицы Д.1.

Вклад сферы туризма в ВВП страны, %	12,0	12,2	14,6	5,5	13,6
Прибытия иностранный туристов в страну, млн. чел.	81,8	82,8	83,5	19	-
Поступления от реализации туристических и гостиничных услуг, млн. долл. США	87,0	68,0	105,3	18,9	-

Примечание – Источник: составлено автором по данным [88].

## ПРИЛОЖЕНИЕ Е



**Рисунок Е.1. – Отель Villa Magalean Hotel & Spa в Испании (Страна Басков).  
Примечание – Источник: [78].**



**Рисунок Е.2. – Отель Casas Rurales Picachico в Испании (Андалусия).  
Примечание – Источник: [78].**

## ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Е



**Рисунок Е.3. – Отель Robinson Jandia Playa в Испании (Андалусия).**

**Примечание – Источник: [78].**



**Рисунок Е.4. – Отель Sant Jordi Boutique Hotel в Испании (Каталония).**

**Примечание – Источник: [78].**

## ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Е



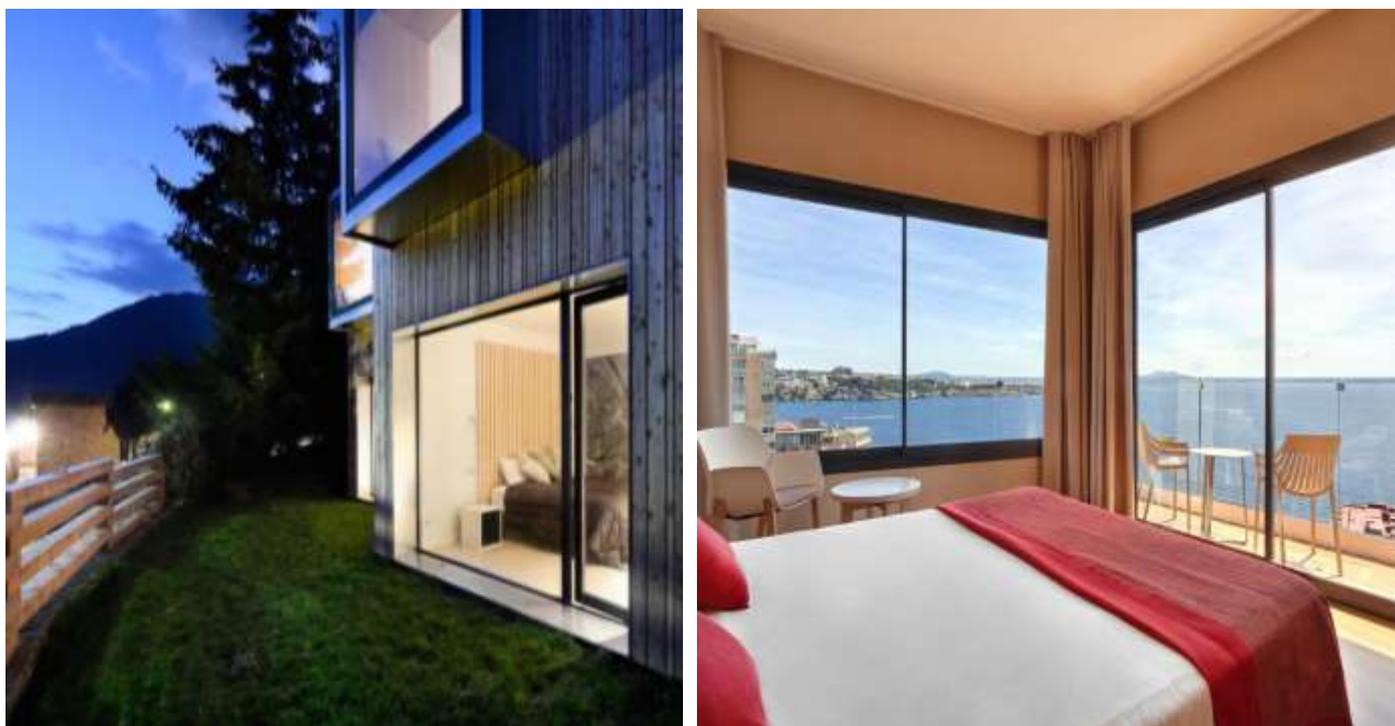
Рисунок Е.5. – Отель Sa Creu Nova Petit Palais Art & SPA в Испании (о. Майорка).

Примечание – Источник: [78].

## ПРИЛОЖЕНИЕ Ж



**Рисунок Ж.1. – Отель Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden в Испании (о. Тенерифе).  
Примечание – Источник: [37].**



**Рисунок Ж.2. – Отель Eco Terra Bonansa в Испании (Каталония).  
Примечание – Источник: [37].**

## ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Ж



Рисунок Ж.3. – Отель Monnaber Nou Finca Hotel & Spa в Испании (о. Майорка).  
Примечание – Источник: [37].



Рисунок Ж.4. – Гостевые дома Las casas de Ea Asteí в Испании (Страна Басков).  
Примечание – Источник: [37].