

**ПОЛІТИКА СОЦІАЛІСТИЧНОГО УРЯДУ ІСПАНІЇ У СФЕРІ
ТУРИЗМУ ЯК ВАЖЛИВОЇ ГАЛУЗІ НАЦІОНАЛЬНОЇ
ЕКОНОМІКИ (1982-1996 РР.)**

У статті досліджується політика Іспанської соціалістичної робочої партії стосовно формування туристичної сфери. Автор освітлює основні чинники, які вплинули на перетворення туризму на одну з важливих галузей національної економіки. Дослідження особливостей протікання відмічених процесів здійснене на підставі аналізу законодавчої бази 1980 - середини 90-х років.

Ключові слова: економіка, економічна політика, туризм, інфраструктура, туристичні агентства, туристичний маркетинг.

Туризм є міжгалузевою сферою економіки, що охоплює не лише засоби розміщення, але і транспорт, зв'язок, індустрію харчування, розваг і багато іншого. Значення туризму для економіки країни пов'язане передусім з тими перевагами, які він приносить за умови успішного розвитку. Передусім – це зростання робочих місць. Іншою важливою перевагою є мультиплікативний ефект від туризму, тобто його вплив на розвиток суміжних галузей економіки. Третя перевага – зростання податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів.

Іспанія – це країна дивної і багатолікої культури, що увібрала в себе безліч різних цивілізацій і стилів. Кожен куточок країни представляє своєрідну мозаїку культурно-історичних пам'яток, включених в міжнародний список пам'ятників Надбаня Людства. Таким чином, Іспанія може запропонувати туристові поєднання природного і кліматичного багатства, історичної і археологічної спадщини, культурної і гастрономічної різноманітності, доступного і якісного сервісу, комфортного відчуття бути на відпочинку.

Серед основних причин, що обумовлюють вибір Іспанії як країни відвідування, виділяють: помірні ціни, інтерес до культури і традицій,

бажання краще пізнати іспанський народ, покупки, бізнес, високий рівень обслуговування, іспанська кухня тощо.

Туризм в Іспанії, як вигідна і високоприбуткова галузь, справляє суттєвий вплив на економіку Іспанії. Завдяки туризму, змінилися пріоритети в багатьох сферах народного господарства, рівень життя населення.

Про значення і роль туризму в економіці Іспанії можна судити по розмірах валютних надходжень від туризму і чисельності іноземних туристів, що відвідали цю країну.

Надходження та витрати в сфері туризму

(в млн. дол.) Таблиця 1.

| | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 | 1991 |
|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------|--------------|--------------|-----------|--------------|-----------|------------|
| надходження | 7 .126,1 | 6 .836,1 | 7 .716,7 | 8 .150,8 | 12 .058,4 | 14 .759,9 | 16 .686,3 | 16 .174,2 | 18 .593,0 | 19 .004, 3 |
| витрати | 1 .007,9 | 894,4 | 835,0 | 1 .010,1 | 1 .513,8 | 1 .937,9 | 2 .440,1 | 3 .080,0 | 4 .253,5 | 4 .530, 4 |
| сальдо | 6118,2 | 5 .941, 7 | 6 .881,7 | 7 .140,7 | 10 .544,6 | 12 .822,0 | 14 .246,2 | 13 .094,2 | 14 .339,5 | 14 .473, 9 |

Джерело: <http://www.ine.es/inebaseweb/pdfDispatcher.do?td=155625&L=0> (13.03.2013)

З наведеної таблиці видно, що надходження від туризму зросли з 7, 1 млрд. дол. в 1982 р. до 19 млрд. дол. у 1991 р. Так само зросли і витрати на організацію та розвиток туристичної сфери (від 1 млрд. дол. в 1982 р. до 4 млрд. дол. в 1991 р.).

Ці вступи забезпечували покриття значної частини дефіциту платіжного балансу, і сприяли значною мірою зміцненню валютно-фінансового положення країни. У Іспанії туризм розглядається як одна із стратегічних галузей економіки країни. Про це свідчить висока доля туризму у ВВП і значна чисельність працездатного населення в цій сфері.

Кількість туристів, що відвідали Іспанію Таблица 2.

| | | | | | | | | | |
|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|---------|-----------|
| 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 | 1991 |
| 42 млн. | 41.2 млн. | 42.9 млн. | 43.2 млн. | 47.3 млн. | 50.5 млн. | 54.2 млн. | 54 млн. | 52 млн. | 53.5 млн. |

Джерело: <http://www.ine.es/inebaseweb/pdfDispacher.do?td=155617&L=0>

Щодо кількості туристів, то однозначно, з розвитком туристичної сфери їх кількість значно зросла. Якщо в 1982 р. Іспанію відвідало 42 млн. туристів, то в 1991 р. вже 53, 5 млн. (таб. 2).

Туристичні агенції. Центральні відділення. Таблица 3.

| | | | | | | | | | |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1982 р. | 1983р. | 1984р. | 1985р. | 1986р. | 1987р. | 1988р. | 1989р. | 1990р. | 1991р. |
| 816 | 960 | 1.132 | - | 1.557 | 1.756 | 1.937 | 2.064 | 2.196 | 2.190 |

Джерело: <http://www.ine.es/inebaseweb/pdfDispacher.do?td=155626&L=0>

Також, спостерігалось збільшення кількості туристичних агенцій.

Україна, природно, не може порівнятися з Іспанією відносно поєднання природного і кліматичного багатства. Але важливим, на наш погляд, може бути досвід Іспанії стосовно політики розвитку туристичної сфери.

Досліджувана проблема не досить глибоко вивчена в країнах СНД. Основні історіографічні роботи - це результат плідних праць зарубіжних колег, в першу чергу іспанських. Юридичні і фіскальні аспекти туристичної сфери Іспанії розглянуті в статті М. дель Мар Хіменес Навас.¹ Автор розглядає особливості розподілу компетенцій у сфері туризму між центральною адміністрацією держави та автономіями. Крім того, представлена інформація стосовно звернень автономних співтовариств до Конституційного суду відносно неконституційності деяких законопроектів в цій сфері.

"50 років іспанського туризму" - це фундаментальна робота, в якій аналізуються історичний розвиток активності в туристичній сфері і його підстав для майбутнього. Матеріал книги розподілений по 45 темах, включених в 5 глав, де різні професіонали іспанського туризму останніх декад, пояснюють і аналізують практичної форми туристичну іспанську модель.²

Економічні аспекти іспанського туризму розглянуті А. Саес Кала, П. М. Урбано і Х.І. Пулідо Фернадесом.³

Процес формування туристичної сфери досліджений Х. Кал'ехо, Х. Гутієрресом і А. В'єдма.⁴ За допомогою вивчення даних, запропонованих різними статистичними джерелами, автори аналізують процес формування туристичної сфери.

Розвиток туристичного маркетингу в історичних містах Іспанії проаналізовано П. Робо Монтеро.⁵

У історії розвитку іспанського туризму можна виділити три основні періоди: 1960-1975 рр. – період злету; 1975-1990 рр. – період формування туристичної сфери і 1990-2000 рр. – період консолідації туристичної сфери.⁶

У п'ятдесятих роках минулого століття терміново постала необхідність заповнити нішу недорогих і якісних туристичних послуг для середнього класу європейців. Невисокий рівень апартаментів для проживання, прості національні страви та не облаштованість пляжів занадто швидко розчарувала потенційних туристів. Це послугувало хорошим стимулом для того, щоб в наступні декілька десятиліть з'явилися досить цивілізовані курорти з розвиненою інфраструктурою, які нині приносять досить відчутний дохід Іспанії. Питаннями розвитку туристичної сфери при франкістському режимі займалося Міністерство інформації і туризму, створене в 1951 р.

Економічний бум 60-х років в країні зміцнив позиції «ново» іспанської буржуазії, але одночасно посилив її невдоволення економічною

політикою режиму Ф. Франко. Підприємлива частина іспанської буржуазії жаждала реформ. У цих умовах уряд детермінував розвиток іспанської економіки за допомогою затвердження «Плану стабілізації» (1959 р.). Економічний розвиток був заснований на промисловості і на туризмі «сонця і пляжу».

У 1962 р. був створений «Інститут туристичних досліджень», а розвиток туризму «сонця і пляжу» реалізовувався за допомогою закону про «Центри і зони туристичного національного інтересу» (1963 р.). Закон був націлений на залучення іноземних туристів до тих місць іспанського узбережжя, у яких були створені «спеціальні умови для привабливості і зміцнення туризму»⁷. Для цього, уряд ініціював будівництво необхідних інфраструктур на берегах. Була скасована існуюча система максимальних цін на туристичні послуги і введено вільне ціноутворення (з тією умовою, що клієнт знав заздалегідь ціну, яку йому запропонують). Були визначені мінімальні вимоги для користування знаками якості (від 1 до 5 зірок для готелів, «вилок» для ресторанів), іспанська валюта почала вільно конвертуватися, при цьому її курс (як завжди в бідних країнах) встановився на такому рівні, що іспанські ціни виявилися для іноземців дуже низькими. Крім того, була розпочата активна реклама в розвинених європейських країнах в роки їх економічного піднесення, що викликало туристичний бум в Іспанії. Так Іспанія зайняла місце першої туристичної держави.

Після смерті засновника авторитарного режиму Ф. Франка в листопаді в 1975 р. в Іспанії почалися демократичні перетворення усіх сфер життєдіяльності держави.

Перший період охарактеризований активною туристичною політикою, мета якої полягала в тому, щоб досягати максимального зростання туризму за кількісними умовами, заснованого на державному втручанні. Тоді як з перенесенням компетенцій для «просування і розпорядку туризму в його територіальній області» в автономії, був

розпочатий новий період в необхідності координувати діяльність відносно туризму. Була визначена нова політика диференціації туристичної іспанської пропозиції на підставі таких ознак як якість, стійкість, знання і нововведення.

Зі встановленням демократичного режиму, державна компетенція відносно туризму зосереджувалася в наступних міністерствах: Торгівлі і туризму (1977-1980 рр.); Транспорту, туризму і інформації (1980-1991 рр.); Промисловості, торгівлі і туризму (1991-1993 рр.); Торгівлі і туризму (1993-1996 рр.).

Протягом перших демократичних урядів Союзу демократичного центру (1977-1982 рр.) політика в туристичній сфері була обмежена в основному облаштуванням готельних комплексів услід за затвердженням «Третього плану готельної модернізації» в 1979. У кінці 70-х початку 80-х років почалося перенесення компетенцій у сфері туризму від центральної влади до автономій, згідно 148 статті іспанської конституції, прийнятої в грудні 1978 г.⁸

На початку 80-х років намітився спад туристичної активності. На це вплинули як загальне зниження темпів зростання світового туризму, так і специфічні чинники, що обмежували подальший розвиток міжнародного туризму. Серед чинників, що гальмували розвиток туризму в цей період, можна відмітити проблеми валютно-фінансові, правові, торговельних стосунків, а також транспорту, який в літній період працював з перевантаженнями.

У жовтні 1982 р. на парламентських виборах перемогла Іспанська соціалістична робоча партія. З цього моменту почався етап консолідації демократичного режиму, а також з'явилася можливість планомірно, послідовно і ефективно розвивати туризм, як важливу галузь іспанської економіки. Відповідні міністерства очолювали виключно соціалісти: Е. Барон (1982-1985 рр.); А. Кабальєро (1985-1988 рр.); Х. Барріонуєво (1988-

1991 рр.); Х. Гомес-Наврро Наваррете (1993 по 1996 рр.). Питаннями туризму при міністерстві займався Державний секретар по туризму.

Розвиваючи туризм, уряд почав з формування відповідної інфраструктури. У жовтні 1982 р. був прийнятий Королівський указ «Про розпорядок готельних установ», розроблений Державним секретарем туризму Е. Ібан'есом. Мета цього указу полягала в необхідності надавати споживачеві максимально можливу інформацію про характеристики і служби готелів, орієнтувати підприємця на будівництво, облаштування і обслуговування готелів, стимулювати підприємців, приводити у відповідність з новою реальністю законодавство автономій (для гарантії однорідності класифікації готелів як основа політики туристичного національного просування, і для розвитку автономіями своїх власних розпоряджень, пристосувавши їх до різних характеристик кожної зони).

Пізніше, в липні 1983 р., Королівським указом було встановлено спеціальну відмінність для готелів «Рекомендований своєю якістю» (як мотивувальна складова частина), запропонований І. Фуехо - Генеральним секретарем туризму. Він викликав невдоволення автономних адміністрацій, деякі з яких (Каталонії, Канарських островів і Валенсії) звернулися до Конституційного суду. Останній в грудні 1984 р. прийняв рішення на користь автономій⁹.

Також в цей період був розроблений перший «План туристичного маркетингу» (1983 р.), коли з'явилася необхідність представити Іспанію досить різноманітною на міжнародних ринках. Основні інструменти – плани маркетингу : Плани маркетингу послуг, підприємств, туристичних зон і приватного сектору. Формулу «сонце і пляж», яка до тих пір існувала, необхідно було міняти. І було запропоновано сформулювати нову формулу –«різноманітність під сонцем». З цими намірами і з підтримкою міністра Е. Барона і генерального секретаря туризму І. Фуехо почалися рекламні міжнародні кампанії «Іспанія – усе під сонцем».

У лютому 1984 р. були прийняті норми для надання допомоги і субсидій для розвитку туризму.¹⁰ Це відкрило можливість для ведення власного бізнесу у сфері туризму.

У квітні 1985 р. був прийнятий Королівський указ відносно зовнішнього просування туризму. Стаття 1.а встановила чітку координацію зовнішніх дій з просування туризму, як економічного чинника національної важливості, із загальним плануванням економічної діяльності. Стаття 3.1. зобов'язала Генеральний секретаріат туризму, Міністерство транспорту, туризму та інформації щорічно розробляти загальну програму зовнішнього просування туризму для ефективного просування на міжнародному ринку туризму, врахування особливостей регіону, де планується розповсюдження інформації про туризм в Іспанії.¹¹ У червні цього ж року був створений «Національний інститут просування туризму» (з червня 1990 р. – «Інститут туризму Іспанії» – Turespana).¹²

У 1986 р. була проведена приватизація державного підприємства «Ентурса» і турбюро «Марсанс», що належали Національному інституту промисловості, і яке спеціалізувалося на готельній справі. Процес приватизації викликав серйозні розбіжності в уряді. Керівництво уряду стверджувало, що «необхідно підтримувати підприємство в державному секторі, відокремивши його від промислового холдингу і приєднавши до Інституту просування туризму». Крім того, проти виступив Загальний союз трудящих. Міністерство промисловості і енергетики наполягало на приватизації, стверджуючи, що «Ентурса» не є стратегічним об'єктом і перебування його в державному секторі безглуздо. Врешті-решт, «Ентурса» було приватизоване за 5.186 млн. песет.¹³

У 1986 м. Іспанія стає повноправним членом Європейської спільноти. Таким чином, нормативні акти, що приймаються Співтовариством, торкнулися і Іспанії, в даному випадку в туристичній сфері. Так, в грудні 1986 р. Радою ЄС було прийнято рішення про проведення консультацій і координації у сфері туризму. Через два роки

(грудень 1988 р.) схвалено рішення, що стосується програми акцій для європейського року туризму – 1990. Рішення ради, від 17 грудня 1990 р. торкалося застосування дворічної програми 1991-1992 для розвитку загальноєвропейської статистики туризму. Мета програми полягала в тому, щоб розвивати загальноєвропейську основу для виробництва загальноєвропейської статистики туризму, за допомогою наближення понять і методів, використаних Державами-членами, проводити аналіз туристичних пропозицій і туристичних вимог. 13 липня 1992 р. було прийнято рішення Ради ЄС щодо «Плану загальноєвропейських акцій відносно туризму». План сприяв розвитку промисловості туризму і особливо малих і середніх підприємств; прогресу якості туристичного загальноєвропейського продукту; конкуренції усередині Співтовариства; просуванню туристичного загальноєвропейського продукту на світовому ринку; охороні і захисту довкілля, а також захисту культурної спадщини; розвитку служб інформації і захисту туристів.¹⁴

Таким чином, на розвиток іспанського туризму істотно вплинуло входження в ЄС і загальна координація дій для розвитку європейського туризму.

У березні 1988 р. був ухвалений закон, який встановив порядок створення і функціонування туристичних агентств, виділивши три основні групи: туроператори (*mayoristas*), тобто оптові бюро, які проектували, розробляли і організовували усі види туристичних послуг для пропозиції турагентствам (*minoristas*), тобто роздрібним, які, у свою чергу, пропонували тур безпосередньо туристам. І змішаний тип турагентств (*mayoristas - minoristas*).¹⁵

У грудні 1988 р. була проведена реорганізація Генерального секретаріату туризму і Національного інституту просування туризму.¹⁶ Це було викликано вступом в ЄС з метою поліпшення рівня координації з автономіями.

Береги Іспанії, з точки зору екології, – найчистіші райони Середземномор'я. Відпочиваючі, для яких якість обслуговування і чистота морської води мають велике значення, вважають за краще користуватися чистими пляжами. У липні 1988 р. був ухвалений закон «Про узбережжя». Його мета полягала в захисті, використанні і утримуванні морського/земного державного простору, і особливо морських берегів. Основними завданнями державного управління були визначені наступні:

- Реалізовувати розмежування морський/земний державний простір, і гарантувати цілісність і охорону, приймаючи, у разі потреби, засоби захисту і реставрації.
- Гарантувати публічне використання моря, берега і частини морського/земного державного простору.
- Регулювати раціональне їх використання, з дбайливим відношенням до довкілля і до історичної спадщини.
- Досягати і підтримувати належний рівень якості вод і морського узбережжя ¹⁷

Деякий застій туристичного сектора, його структурні проблеми і процес перенесення компетенцій до автономій, привело до необхідності перетворення організації Центральної Адміністрації стосовно туризму.

Цілі туристичної політики уряду полягали в наступному:

1. Координація дій з автономіями, відносно процесу перенесення компетенцій у сфері туризму.
2. Розвиток необхідного планування, яке гарантувало б різноманітний і спеціальний підхід до охорони ландшафтних, монументальних і культурних цінностей.
3. Модернізація туристичних послуг.
4. Поліпшення якості професійного обслуговування.
5. Збільшення туристичного внутрішнього попиту, з підтримкою зовнішнього попиту.

На цьому етапі посилилася необхідність інтерадміністративної співпраці і встановлення глобальної основи діяльності для нової туристичної політики. Таким чином, міністерством розробляється «Біла книга іспанського туризму» (1990 р.), яка ввела системнішу концептуалізацію туризму, встановлюючи тридцять загальних напрямів діяльності починаючи з цілей:

- лідерство в туризмі «сонця і пляжу»
- консолідація конкурентних позицій країни
- поліпшення соціально-економічного балансу
- розробка стратегій лідерства в якості/ціні, різноманітності і спеціалізації.¹⁸

Дев'яності роки могли б знаменуватися новим туристичним бумом, оскільки конкурентні країни відносно туризму (Марокко і Алжир) втратили частину клієнтів у зв'язку з війною в Перській затоці (як наслідок загроза ісламського фундаменталізму). З іншого боку, в 1992 р. співпали міжнародна виставка ЕКСПО в Севільї і XXV літні Олімпійські ігри, які проводилися в Барселоні з 25 липня по 9 серпня 1992 року за участю 169 країн. Ці дві події закономірно консолідували туристичний образ Іспанії в світі.

Але на початку 90-х почалася нова економічна міжнародна криза, в якій Іспанія втратила лідерство в прибутках від туризму.

Для аналізу ситуації у сфері туризму Конгресом депутатів була складена доповідь від 16 жовтня 1991 р., яка констатувала, що виконання туристичної політики дуже ускладнене.

У грудні 1991 р. був ліквідований франкістський закон про «Центри і Зони Туристичного Національного Інтересу» як такий, що не відповідає сучасним реаліям.

Літом 1992 р. був прийнятий перший «План іспанського туризму» терміном на 1992-1995 рр. Це був перший національний план, розроблений державною адміністрацією та автономіями. Його мета

полягала у встановленні необхідних стратегій для того, щоб туризм зміцнював свої позиції в лоні іспанської економіки. Цей план детермінував серію програм, які внесли важливі зміни до аналізу, визначення і інструментів туристичної стратегії. А саме: 1) координація та співпраця; 2) модернізація ; 3) нові туристичні послуги; 4) просування, маркетинг і комерціалізація; і 5) туристичне лідерство. Вищезгадані плани сконцентрувалися повністю на прогресі якості, введенні нових технологій і різноманітності послуг. З «Планом» встановилися перші стабільні лінії комунікації між державними і приватними агентами.¹⁹

У січні 1994 р. для реалізації першого «Плану іспанського туризму» була створена «Міжміністерська комісія туризму» з основною кінцевою метою координувати діяльності різних органів адміністрації держави в туристичному секторі, реалізовувати дослідження, розробляти доповіді та конкретні пропозиції. Також був визначений склад і загальна процедура діяльності згаданої Міжміністерської Комісії. Очолити комісію було доручено міністру торгівлі і туризму, а пост віце-президента – генеральному секретареві туризму. Проведення пленарних засідань комісії планувалося як мінімум раз на рік.²⁰

Королівський указ, прийнятий в липні 1994 г.²¹ «Про організацію туристичної адміністрації держави», сприяв співпраці та активній координації державної адміністрації з автономіями, з місцевими співтовариствами і з самим туристичним сектором, з метою підвищення ефективності національної стратегії відносно туризму.

У 1995 р. була проведена реструктуризація туристичної адміністрації держави за допомогою створення і регулювання «Організаційної Ради туризму» при Інституті туризму Іспанії. Її функції визначили особливості співпраці представників державних управлінь і приватного сектора:

1. Видавати доповідь по планах і програмах державного сектора, спрямовану на заохочення туристичного національного сектора.

2. Видавати доповідь по проектах планів і програм просування і зовнішньої комерціалізації іспанського туризму і туристичних підприємств та служб.

3. У тій же області, до якої відноситься попередній пункт, пропонувати ініціативи і засоби для зовнішнього просування туризму і для більшої ефективності і оптимізації співпраці державних управлінь і приватного сектора.

4. Розвивати координацію між державною і приватною ініціативою відносно туризму. (Ст. 2, Королівський указ 328/1995, від 3 березня)²².

Туризм в Іспанії також стимулював розвиток інших галузей економіки. Наприклад, все більшого значення в Іспанії набував рекламний бізнес, розвивалася картографія і засоби масової інформації. Крім того, туризм вплинув на рівень розвитку інфраструктури країни. Збільшення кількості підприємств у сфері туризму привело до створення нових робочих місць, появи значущих фінансових потоків. Іспанія розвивала структуру залізних і автомобільних доріг, аеровокзалів, морських портів, що дозволило туристам вибирати найбільш зручні способи прибуття до країни і переміщення по ній.

Активно розвивалася інфраструктура ряду спеціальних видів туризму, що представляли інтерес для багатьох вікових груп туристів, що відвідували країну. Іспанія є досить перспективним регіоном для розвитку різних видів туризму через свій величезний потенціал туристських ресурсів. Проте метою основної частини туристів (більше 50%), що приїжджають, залишається відпочинок на морських пляжах країни. Туризм в Іспанії значною мірою залежить від моделі «сонце і пляж», яка формує 70% пропозиції усєї туристичної сфери. Така спеціалізація на світовому ринку туристських послуг визначається більшою мірою географічним положенням Іспанії, омиваної теплими морями, береговою лінією, що володіє, протяжністю більше 8000 км з величезним вибором пляжів, ідеальних для будь-яких видів спорту.

Одним з видів «елітарного» туризму став гольф-туризм, який почав розвиватися лише на початку 1990-х рр., коли були побудовані перші готелі з полями для гри в гольф. Добре зарекомендувавши себе, ці готелі почали притягати любителів гри в гольф (коефіцієнт завантаження був близький до 100%).

Ще один вид туристських послуг, що почав розвиватися на іспанському ринку – гірський і зимовий туризм. Його розвиток пояснюється тим, що із зростанням життєвих стандартів основної маси європейців вони вважають за краще проводити свою відпустку не лише влітку на морі, але і зимою – в горах.²³

На відміну від середземноморської і південної зон Іспанії, в північній частині країни туризм не настільки добре розвивався. Проте, місцева влада була зацікавлена в збільшенні туристичних потоків в ці зони і робили усе можливе для залучення відпочиваючих.

Важливим чинником, що вплинув на положення в галузі, став розвиток внутрішнього туризму.

Туризм відіграє велике значення для економіки не лише країни в цілому, але і її окремих регіонів. Тому політико-інституціональний аналіз цієї сфери не міняє ситуацію з точки зору регіонів. Усі 17 Автономних співтовариств (регіонів) Іспанії виступали за об'єднання зусиль в просуванні пропозицій туризму за межами загальних меж. Проте, незважаючи на загальні інтереси захисту чинника «сонця і пляжу», вони прагнули виділити властиві кожній з них особливості. Каталонія є основним місцем відвідування туристів. Друге місце посідають Балеарські, потім Канарські острови, Андалусія і Валенсія. Ці п'ять Автономних співтовариств контролюють 80% зовнішнього туристичного ринку Іспанії. Для столиці Іспанії туризм представляє значний економічний інтерес.

Важливим для характеристики попиту на туристичні послуги є джерела прибутків туристів. Основна маса відвідувачів Іспанії (близько

45%) – це особи з середнім рівнем заробітної плати. Доля осіб, що використовують для приїзду до країни свої заощадження, складає 24%. Іншу частину туристів складають студенти, пенсіонери. Близько 10% від усієї маси туристів приїждять до країни повторно. Усе це свідчить про орієнтацію туристичної пропозиції в основному на туристів з середнім достатком.

Активну роль у формуванні туристичного попиту відіграла урбанізація з її підвищеним ризиком для здоров'я людини. Чим більше місто, тим гостріше бажання його жителів повернутися в природне середовище для відпочинку.

Створення нової для країни високоприбуткової галузі економіки – туризму – визначалося рядом чинників. Це, передусім, стрімкий розвиток інфраструктури, пов'язаної з туризмом (засоби розміщення, дороги, ресторани, кафе, транспорт і тому подібне); лібералізація економіки (створення сприятливих умов для розвитку бізнесу у сфері туризму), перехід від безпосереднього втручання держави в створення туристської інфраструктури до заохочення приватної ініціативи в цьому секторі (пільгове оподаткування, створення сприятливих умов для залучення приватних і зарубіжних інвестицій в галузь туризму, підвищення кваліфікації туристського персоналу).

Таким чином, в період правління Іспанської соціалістичної робочої партії туризм увійшов до числа найбільш перспективних галузей національної економіки Іспанії.

In the article the policy of Spanish socialistic working party is investigated concerning forming of tourist sphere. An author lights up basic factors which influenced on converting of tourism into one of important industries of national economy. Research of features of flowing of the noted processes is carried out on the basis of analysis of legislative base 1980 are middles of 90th.

Keywords: economy, economic policy, tourism, infrastructure, tourist agencies, tourist marketing.

-
- ¹ Maria del Mar Jimenez Navas. el regimen juridico-fiscal del turismo en espana // V jornadas de investigacion en turismo. Sevilla, 17 y 18 de Mayo 2012. — Edita: Edicion Digital SEVILLA /I.S.B.N.: 978-84-692-3488-4.
- ² 50 años del turismo español : un análisis histórico y estructural. Fernando Bayón Mariné (dir. Congr.), Higinio Marcos Valdueza (coord.), Carlos Vogeler Ruiz (coord.), María Angeles González de Souza (coord.) Editores: Centro de Estudios Ramón Areces. Año de publicación: 1999. — 1098 p. ISBN: 84-8004-372-5.
- ³ Antonia Saez Cala, Pablo Martín Urbano, Juan Ignacio Pulido Fernández. Estructura económica del turismo. Encuadernación: Tapa blanda. Editorial: SINTESIS. — 509 p. — ISBN: 9788497564083.
- ⁴ Javier Callejo, Jesús Gutiérrez y Antonio Viedma. El proceso de constitución de España en una sociedad turística // Política y Sociedad. — 2005. — Vol. 42 Núm. 1. — P. 151-168.
- ⁵ Pilar Lobo Montero. La comercialización turística de las ciudades históricas españolas // Revista cuatrimestral de geografía. — 1998. — N° 47. — P.281-298.
- ⁶ Javier Callejo, Jesús Gutiérrez y Antonio Viedma El proceso de constitución de España en una sociedad turística // Política y Sociedad. — 2005. — Vol. 42 Núm. 1. — P. 162.
- ⁷ Ley 197/1963, de 28 de diciembre, sobre «Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional» // Boletín Oficial del Estado, núm. 313 de 31 de diciembre de 1963 — P. 18226–18230.
- ⁸ Real Decreto 2210/1979, de 7 de septiembre, sobre transferencia de competencias de la Administración del Estado a la Generalidad de Cataluña en materia de Agricultura, Cultura, Sanidad y Trabajo // Boletín Oficial del Estado, núm. 227 de 21 de septiembre de 1979. — P. 22058 –22066 ;
- Real Decreto 2912/1979, de 21 de diciembre, sobre Transferencia de Competencias de la Administración del Estado a la Junta Regional de Extremadura en materia de Actividades Molestas, Insalubres, Nocivas y Peligrosas, Urbanismo, Agricultura, Ferias Interiores, Turismo, Transportes, Administración local, Cultura y Sanidad // Boletín Oficial del Estado, núm. 5 de 5 de enero de 1980. — P. 261–276;
- Real Decreto 2874/1979, de 17 de diciembre, sobre transferencia de competencias de la Administración del Estado al Consejo Regional de Asturias en materia de actividades molestas, insalubres, nocivas y peligrosas, urbanismo, agricultura, ferias interiores, turismo, transportes, administración local, cultura y sanidad // Boletín Oficial del Estado, núm. 312 de 29 de diciembre de 1979. — P. 29815–29829;
- Real Decreto 299/1979, de 26 de enero, sobre transferencia de competencias de la Administración del Estado al Consejo del País Valenciano en materia de agricultura, urbanismo, turismo, ferias interiores y transportes // Boletín Oficial del Estado, núm. 46 de 22 de febrero de 1979. — P. 4757–4766;
- Real Decreto 212/1979, de 26 de enero, sobre transferencia de competencias de la Administración del Estado a la Junta de Galicia en materia de turismo, actividades molestas, insalubres, nocivas y peligrosas, transportes y urbanismo // Boletín Oficial del Estado, núm. 37 de 12 de febrero de 1979. — P. 3661–3668;
- Real Decreto 298/1979, de 26 de enero, sobre transferencia de competencias de la Administración del Estado a la Diputación General de Aragón en materias de actividades molestas, insalubres, nocivas y peligrosas, agricultura, urbanismo y turismo // Boletín Oficial del Estado, núm. 46 de 22 de febrero de 1979. — P. 4751–4757;
- Real Decreto 698/1979, de 13 de febrero, sobre transferencia de competencias de la Administración del Estado a la Junta de Andalucía en materia de Administración local, agricultura, transporte, urbanismo, actividades molestas y turismo // Boletín Oficial del Estado, núm. 82 de 5 de abril de 1979. — P. 8094– 8103;
- Real Decreto 2209/1979, de 7 de septiembre, sobre transferencia de competencias de la Administración del Estado al Consejo General del País Vasco en materia de Agricultura, Sanidad y Trabajo // Boletín Oficial del Estado, núm. 227 de 21 de septiembre de 1979 — P. 22051–22058.
- ⁹ Pleno. Conflictos positivos de competencia núms. 860, 862 y 865/1984. Sentencia núm. 125/1984, de 20 de diciembre // Boletín Oficial del Estado, núm. 10 de 11 de enero de 1985. — P. 19–22.
- ¹⁰ Orden de 28 de febrero de 1984 sobre concesiones de ayudas y subvenciones en materia de turismo // Boletín Oficial del Estado, núm. 54 de 3 de marzo de 1984 — P. 6004– 6004.
- ¹¹ Real Decreto 672/1985, de 19 de abril, por el que se dictan normas sobre la promoción exterior del turismo // Boletín Oficial del Estado, núm. 117 de 16 de mayo de 1985. — P. 14093–14093

¹² Real Decreto 1209/1985, de 19 de junio, por el que se modifica parcialmente la estructura orgánica básica del Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones, se constituye el Instituto Nacional de Promoción del Turismo y se suprimen ciertos Organismos autónomos adscritos al Departamento. // Boletín Oficial del Estado, núm. 176 de 24 de julio de 1985. —P. 23487–23492.

¹³ La privatización de Entursa y Marsans divide al Gobierno en dos bloques // El País. – 11 de junio de 1985.

Ocho ofertas por Entursa y cinco por Marsans // El País. – 19 de junio de 1985.

El INI vende Entursa a un grupo hispano-italiano por 5.186 millones de pesetas // El País. – 31 de octubre de 1985.

¹⁴ decisión del consejo, de 22 de diciembre de 1986, por la que se establece un procedimiento de consulta y de coordinación en el ámbito de turismo // Diario Oficial de las Comunidades Europeas, núm. 384 de 31 de diciembre de 1986. — P. 52–53.

Decisión del consejo, de 21 de diciembre de 1988, relativa a un programa de acciones para el año Europeo del turismo (1990) // Diario Oficial de las Comunidades Europeas, núm. 17 de 21 de enero de 1989 — P. 53–56.

Decisión del consejo, de 13 de julio de 1992, por la que se aprueba un plan de acciones comunitarias en favor del turismo // Diario Oficial de las Comunidades Europeas, núm. 231 de 13 de agosto de 1992 — P. 26–32.

¹⁵ Real Decreto 271/1988, de 25 de marzo, por el que se regula el ejercicio de las actividades propias de las Agencias de Viajes // Boletín Oficial del Estado, núm. 76 de 29 de marzo de 1988. P. 9701–9702.

¹⁶ Real Decreto 124/1988, de 12 de febrero, por el que se reorganiza la Secretaría General del Turismo y el Instituto Nacional de Promoción del Turismo // Boletín Oficial del Estado, núm. 44 de 20 de febrero de 1988. — P. 5484 a 5486;

¹⁷ Ley 22/1988, de 28 de julio, de Costas // Boletín Oficial del Estado, núm. 181 de 29 de julio de 1988. — P. 23386–23401.

¹⁸ Martínez C. Pellejero. La política turística en España. Una perspectiva histórica / Caramelo Pellejero Martínez // Colección Mediterráneo Económico: " Las nuevas formas del turismo". — 2004. — num. 5. — Edita: Caja Rural Intermediterránea, Cajamar —Producido por: Instituto de Estudios Socioeconómicos de Cajamar. — P. 279.

¹⁹ Martínez C. Pellejero. La política turística en España. Una perspectiva histórica / Caramelo Pellejero Martínez // Colección Mediterráneo Económico: " Las nuevas formas del turismo". — 2004. -num. 5. – Edita: Caja Rural Intermediterránea, Cajamar —Producido por: Instituto de Estudios Socioeconómicos de Cajamar. — P. 280.

²⁰ Real Decreto 6/1994, de 14 de enero, por el que se crea la Comisión Interministerial de Turismo // Boletín Oficial del Estado, núm. 33 de 08 de febrero de 1994.– P. 4044 –4045.

²¹ Real Decreto 1693/1994, de 22 de julio, sobre organización de la Administración turística del Estado // Boletín Oficial del Estado, núm. 175 de 23 de julio de 1994. — P. 23925–23930.

²² Real Decreto 328/1995, de 3 de marzo, por el que se crea el Consejo Promotor del Turismo // Boletín Oficial del Estado, núm. 75 de 29 de marzo de 1995. — P. 9691–9692.

Martínez C. Pellejero. La política turística en España. Una perspectiva histórica / Caramelo Pellejero Martínez // Colección Mediterráneo Económico: " Las nuevas formas del turismo". — 2004. — num. 5. — Edita: Caja Rural Intermediterránea, Cajamar. — Producido por: Instituto de Estudios Socioeconómicos de Cajamar. — P. 268–284.

²³ Ley 4/1989, de 27 de marzo, de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres // Boletín Oficial del Estado, núm. 74 de 28 de marzo de 1989. — P. 8262– 8269.