

Кулаковський Петро Михайлович,
доктор історичних наук, професор

Національний університет «Острозька академія», м. Острог, Україна,
e-mail: kulakovsky@ukr.net

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ У КАТАЛОНІЇ В УМОВАХ ПОЛІТИЧНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ (2017–2020 РОКИ)

Мета дослідження. Аналіз основних тенденцій та динаміки розвитку міжнародного туризму в Каталонії в умовах політичної невизначеності після проведення референдуму 1 жовтня 2017 р. щодо незалежності співтовариства.

Методика дослідження. У процесі написання статті були використані такі методи, як аналіз, хорологічний, кореляційний, статистичний. Автор опирався на методику туристичного районування, виходячи з того, що Каталонія є територією з певними ознаками автактичності. Цей район з точки зору циклів розвитку увійшов у свій третій етап, що характеризується досягненням туристичної ємності й зміною відношення населення до іноземних туристів.

Результати дослідження. Досліджуючи розвиток міжнародного туризму, автор прийшов до висновку, що референдум 2017 р. помірно вплинув на туристичну сферу Каталонії. Не відбулося катастрофічного падіння туристичних потоків, як це було в Тунісі чи Єгипті. Незначною мірою число іноземних туристів до співтовариства навіть збільшувалося, але темпи їх приросту почали відставати від загальноіспанських та цілого ряду співтовариств країни, зокрема Канарських островів, Валенсії, Мадрида.

Наукова новизна. Простежено вплив підтвердженого референдумом наміру каталонської влади щодо виходу з Королівства на одну з найбільш розвинених галузей регіональної економіки – туризм, зокрема найбільш прибуткового його сектору, зорієнтованого на іноземного відвідувача. Доведено, що істотного спаду прибуття туристів з-за кордону не відбулося з огляду на прекрасну інфраструктуру та політичну невизначеність майбутнього відносин Барселони й Мадрида. Разом з тим, суттєво погіршилася атмосфера гостинності та фінансові показники закладів обслуговування туристів.

Практична значимість. Приклад Каталонії демонструє, що будь-яка політична турбулентність впливає на міжнародний туризм. Позитивний туристичний образ регіону/країни, добре підлаштована під потреби туристів сфера послуг та відсутність значимих політичних потрясінь здатні максимально пом'якшити цей вплив, хоча й не можуть його знівелювати.

Ключові слова: референдум, Каталонія, міжнародний туризм, політична невизначеність, туризмобія.

Кулаковский Петр Михайлович,
доктор исторических наук, профессор

Национальный университет «Острожская академия», г. Острог, Украина,
e-mail: kulakovsky@ukr.net

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ В КАТАЛОНИИ В УСЛОВИЯХ ПОЛИТИЧЕСКОЙ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ (2017–2020 ГОДА)

Цель исследования. Анализ основных тенденций и динамики развития международного туризма в Каталонии в условиях политической неопределенности после проведения референдума 1 октября 2017 года относительно независимости сообщества.

Методика исследования. В процессе написания статьи были использованные такие методы, как анализ, хорологический, корреляционный, статистический. Автор базировался на методике туристического районирования, исходя с того, что Каталония – это территория с определенными признаками автаркии. Этот район с точки зрения циклов развития вошел в свой третий этап, для которого характерно достижение туристической наполненности и смена отношения населения к иностранным туристам.

Результаты исследования. Изучая развитие международного туризма, автор пришел к выводу, что референдум 2017 г. умеренно повлиял на туристическую сферу Каталонии. Не произошло катастрофического падения туристических потоков, как это было в Тунисе или Египте. Незначительным образом численность иностранных туристов в сообщество даже увеличивалось, но темпы ее возрастания начали отставать от общеиспанских и целого ряда сообществ страны, в частности Канарских островов, Валенсии, Мадрида.

Научная новизна. Исследовано влияние утвержденного референдумом намерения каталонской власти относительно выхода из Королевства на одну с наиболее развитых отраслей региональной экономики – туризм, в частности наиболее доходного его сектора, ориентированного на иностранного посетителя. Доказано, что существенного спада прибытия туристов с других стран не отмечалось в силу наличия прекрасной инфраструктуры и политической неопределенности будущего отношений Барселоны и Мадрида. Вместе с тем, существенно ухудшилась атмосфера гостеприимства и финансовые показатели учреждений обслуживания туристов.

Практическая значимость. Пример Каталонии демонстрирует, что любая политическая турбулентность влияет на международный туризм. Положительная туристическая картина региона/страны,

хорошо подстроенная под туристические потребности сфера услуг и отсутствие существенных политических потрясений способны максимально смягчить это влияние, хотя и не способны его обнулить.

Ключевые слова: референдум, Каталония, международный туризм, политическая неопределенность, туризмophobia.

UDC 338.48 (460)

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2021.63.16-24>

Kulakovskiy Petro Mykhailovych,
Doctor of Historical Sciences, Professor

National University of Ostroh Academy, Ostroh, Ukraine,
e-mail: kulakovskiy@ukr.net

INTERNATIONAL TOURISM IN CATALONIA IN CONDITIONS OF POLITICAL UNCERTAINTY (2017–2020)

The purpose: Analysis of the primary tendency and dynamics of international tourism in Catalonia in conditions of political uncertainty after the referendum on October 1, 2017, on the independence of the community.

Methods: In the process of writing the article were used methods such as analytical, chorological, correlation, statistical. The author relied upon the method of tourist zoning, based on the fact that Catalonia is a territory with certain signs of autocracy. This area in terms of development cycles has entered its third stage, characterized by the achievement of tourist capacity and a change in the attitude of the population to foreign tourists.

Results: Examining the development of international tourism, the author concluded that the 2017 referendum had a moderate impact on Catalonia's tourism sector. The catastrophic decline in tourist flows didn't happen, as was the case in Tunisia or Egypt. Insignificant to some extent the number of foreign tourists to the community even increased, but their pace of growth began to lag behind the Spanish and several communities in the country, in particular the Canary Islands, Valencia, Madrid.

Scientific novelty: Catalonia's authorities' intention to leave the kingdom was traced to influence one of the most developed areas of the regional economy – tourism, in particular its most profitable sector, focused on a foreign visitor. It is proved, that there is no significant decrease in the arrival of tourists from abroad, given the excellent infrastructure and political uncertainty of the future relations between Barcelona and Madrid. At the same time, the atmosphere of hospitality and financial indicators of tourist service establishments.

Practical significance: The example of Catalonia demonstrates that any political turbulence affects international tourism. Positive tourist image of the region/country, good-adjusted to the needs of tourists the sphere of services, and the absence of significant political shocks can mitigate this effect as much as possible, although they cannot neutralize it.

Keywords: referendum, Catalonia, tourism, political uncertainty, tourism phobia.

Постановка проблеми. Каталонія – одне з ключових автономних співтовариств Іспанського Королівства. Каталонія має площу близько 32 107 км² або трохи більше 6 % території Королівства. Частка населення у загальній чисельності населення Іспанії складає 16,3 %, тобто 7,67 млн осіб [27, р. 13]. Ще більш значимий внесок співтовариства в ВВП країни – 19 %, та її експорт – 25,6 %. Більш ніж 22 % іноземних туристів, що прибувають в Іспанію, відвідують саме Каталонію. З початку ХХІ ст. в цьому співтоваристві розвивалися відцентрові тенденції. Останні мали як історичні передумови, так і опиралися на вищі економічні стандарти, характерні для Каталонії порівняно з Королівством в цілому. Завершився цей процес проведенням референдуму 1 жовтня 2017 р., який дав підстави уряду й парламенту співтовариства проголосити курс на вихід зі складу Іспанії. Хоча до цих пір цей курс не був реалізований, він призвів до значної політичної і економічної турбулентності, яка торкнулася в тому числі й галузі туризму. Отже, актуальність даного дослідження полягає в аналізі основних тенденцій розвитку міжнародного туризму в Каталонії та їх зв'язку з намірами співтовариства вийти зі складу співтовариства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Зміни в туристичній сфері Каталонії, викликані подіями осені 2017 р., викликали жвавий інтерес дослідників. Розробці стратегічного плану розвитку туризму в співтоваристві з врахуванням попередніх аналогічних планів 2005–2010 та 2013–2016 рр. присвятили свою статтю вчені з університету в Лейді (Каталонія) Т. Торрес-Соль, М. Сала-Ріос та М. Фарре-Пердігвер [29]. Х. Мартін та Б. Афонсо з університету в Сан-Крістобалі-дела-Лагуна (Канарське співтовариство) простежили вплив політичної нестабільності на туристичний сектор Каталонії, а також за допомогою кореляційного аналізу продемонстрували перерозподіл туристичних потоків в Іспанії, викликаний цим процесом [19]. Важливе й доволі нове для Каталонії явище туризмophobia та його причини розглядають у своїй статті вчені з університету Алікante в Сан-Вісенте-дель-Распеч (Валенсія) Р. Уете й А. Мантекон [16]. Натомість, дослідник з університету в Ноттінгемі (Велика Британія) Н. Хьюз поєднує прояви туризмophobia з діяльністю активістів політичних партій, що виступають за незалежність Каталонії [18]. Цілий ряд досліджень присвячені вивченню туризму в урбаністичних центрах Каталонії, насамперед Барселоні. Вплив

туризму, насамперед гастрономічного і курортно-пляжного на один з районів Барселони – Барселонету, простежують у своїй статті вчені з університету в Барселоні М. Креспі-Бальбона та О. Маскарілла-Міро [12]. Роль безкоштовних пішохідних екскурсій в розвитку туристичних компаній на прикладі Барселони аналізують дослідники з університету в Мурсії (Мурсія) М. дель Пілар Леал Лондоно та К. Медіна [15]. Певний інтерес досліджувана проблематика викликала і в українських науковців. Про роль періодичних конфліктів в організації туристичної галузі в Іспанії писали О. Любіцева та Г. Заваріка [3]. Вплив етнополітичного конфлікту в Каталонії на туризм до кінця 2017 р. вивчали І Хільчевська та К. Шалун [5]. Окремі аспекти розвитку інклюзивного туризму в Каталонії проаналізувала в своїй статті К. Чупіна [6].

Мета й завдання статті: Метою статті є аналіз основних тенденцій розвитку міжнародного туризму Каталонії після референдуму про незалежність співтовариства 2017 р. Вирішення дослідницьких завдань передбачає: визначення тенденцій розвитку туристичної сфери в Каталонії протягом осені 2017–2019 рр.; встановлення причинно-наслідкових зв'язків між динамікою іноземних туристичних потоків до співтовариства та референдумом 2017 р.; простеження реалізації туристичних заходів та їх залежність від політичних процесів у регіоні та Королівстві.

Виклад основного матеріалу. Починаючи з Олімпійських ігор 1992 р., Каталонія утвердила свої позиції як один з провідних світових туристичних напрямків. Це співтовариство одним з перших в Іспанії з 1990-х рр. взяло курс на побудову нової економічної моделі, в якій сфера послуг мала відігравати ключове значення. В наступні десятиліття Каталонія доволі динамічно нарощувала туристичні потоки із закордону. У проміжку між 2005 і 2017 рр. кількість іноземних туристів до співтовариства зросла з 14, 6 до понад 17 млн осіб [29, р. 447, 449]. Подібна динаміка не лише прямо впливала на туристичну галузь співтовариства, але й приносила доходи в інші галузі його економіки: ділові послуги, торгівлю, ремонт, харчову, тютюнову галузі, енергетику, фінансовий сектор та ін. Протягом років, що передували проведенню референдуму 1 жовтня 2017 р., туристична галузь формувала близько 12 % ВВП співтовариства і створювала близько 400 тис робочих місць [3, с. 61].

Рубіжною подією для Каталонії стало проведення згаданого референдуму. В плебісциті, що відбувся 1 жовтня 2017 р., з 5, 5 млн каталонських виборців взяли участь лише 2, 2 млн. 90 % учасників плебісциту проголосували «за», але це тільки 40 % від загального числа виборців. Явка склала 42, 5 %, але референдум визнали таким, що відбувся. Прем'єр-міністр Королівства Маріано Рахой виступив із заявою про невизнання результатів плебісциту та закликом провести його повторно й дотриматися юридичної чистоти [27, р. 25].

Попри б здавалося тріумф політичних партій, які виступали за вихід Каталонії з Іспанського Королівства, отримані результати стали доволі неоднозначними з огляду на відносно невисоку явку виборців. Навіть, якщо мати на увазі ряд заходів, здійснених Мадридом для перешкоджання волевиявлення каталонців (конфіскація бюлетенів, блокування сепаратистських сайтів, розгром ряду виборчих дільниць, вивезення скриньок для голосування тощо) [5, с. 54], невисока явка мала й об'єктивні підстави. Зокрема, на подібний результат вплинула національна самоідентифікація жителів Каталонії, яка є строкатою. Лише 23, 5 % мешканців співтовариства вважають себе виключно каталонцями. Ще 20, 1 % ідентифікують себе більше каталонцями, ніж іспанцями. Найбільше – 39, 2 % жителів Каталонії подвійно визначають себе – і як каталонців, і як іспанців. Лише іспанцями вважають себе 6, 7 %, а 4, 1 % – більше іспанцями, ніж каталонцями [27, р. 30; 21, р. 5–6].

Значне несприйняття незалежності регіону існує серед каталонців, народжених в інших регіонах Іспанії (82 % проти) та народжених закордоном (60 % проти). Противники самостійності переважають також ще в одній групі каталонського населення – уродженців співтовариства, батьки яких не корінні жителі регіону (60 % проти). Слід відзначити, що в Каталонії кількість народжених в регіоні за останнє десятиліття постійно зменшувалася. Знизилася і еміграція з інших іспанських регіонів; зріс, натомість, приплив іноземців [27, р. 33].

Активний розвиток туристичної сфери в Каталонії викликав певне незадоволення, особливо жителів Барселони, й таким чином підживлював прихильників незалежності [12, р. 63–64; 9]. Місто є одним з найбільш густонаселених в Європі (бл. 15 824 жителів на км²), і масовий туризм посилює проблеми цього урбаністичного центру [10]. 48, 9 % мешканців Барселони вважали в 2016 р., що туризм є основною проблемою, з якою стикається місто. У 2012 р. таких було лише 25 %. Вони були переконані, що економічні вигоди від туристичного буму нерівномірно розподіляються між каталонцями. На їх думку, в подальшому число туристів до міста слід обмежити. І хоча з ними не погодилися 47, 5 % опитаних у місті, але вперше вони залишилися в меншості [29, р. 458]. В

дійсності, лише невелика більшість жителів Барселони за останні 25 років накопичила значні статки від використання численних культурних об'єктів міста. Більшість, натомість, не лише спостерігала за зростанням орендної плати на нерухомість та цін в магазинах, але й страждала від цього. У деяких випадках мешканці престижних районів Барселони змушені були виїжджати за межі цих районів. Одним з найбільш вигідних способів заробляння на туризмі стали спекулятивні інвестиції. Інвестори купували помешкання у таких районах, як Сьютат-Велья, Барселонета, Готик, Раваль, Поблену, Поблесек, Ешампле, перетворювали їх в готелі й туристичні квартири. На осінь 2017 р. у цих районах нараховувалося близько 16 тис. туристичних квартир, з яких лише 8 тис. отримали ліцензію на подібне використання. Ці квартири здавалися в оренду за ціною, у чотири рази вищою, ніж за звичайними договорами найму житла. Лише в 2016 р. орендна плата в Барселоні зросла на 16,5 %. Саме цей вид діяльності, пов'язаний з туризмом, спричинив неприязнь місцевих жителів до туристів, яких вони звинувачували в асоціальній поведінці. Виявом латентної нехоті до туристів стали численні написи на стінах будинків типу «Ми не хочемо, щоб в наших будівлях були туристи» або «Це не пляжний курорт». На піку національного підйому, що охопив Каталонію і Барселону, зокрема, туризм розцінюється значною частиною мешканців регіону як загроза ідентичності й «духу місця» шляхом перетворення затишних вулиць міста в своєрідну туристичну пастку з дешевими кафе з незвичною для каталонців замороженою паельєю та штучними напоями у великому посуді. Туризмобія стала розцінюватися як самооборона від *barriocidio* (смерті району) [18, р. 5; 17, р. 12–13].

Класична акція проти туристів у Барселоні виглядала на практиці так. Під час мирної демонстрації два-три десятки людей, одягнені в перуки, на 15 секунд заходять до фойє готелю. За допомогою молотків вони завдавали легких пошкоджень меблям та іншій обстановці. Через декілька хвилин фото нападників виставлялося в мережі з підписом «Тому, хто сіє нещастя, я повертаю гнів назад» [17, р. 13].

Як наслідок, перші місяці після проведення референдуму туристичні потоки до Каталонії дійсно демонстрували спад. У жовтні 2017 р. туристів до регіону прибуло на 12,8 % менше, ніж в аналогічному місяці попереднього року. При цьому відповідний показник по Іспанії в цілому демонстрував зростання на 3,1 %. Подібну тенденцію підтвердив і листопад, і грудень 2017 р. [5, с. 55].

Більшою мірою кризові явища торкнулися центральної у співтоваристві провінції Барселона. Кількість ночівель в готелях цієї провінції у жовтні впала на понад 3,3 %, у листопаді – 6,55 %, у грудні – понад 11,9 % [19, с. 19]. Тільки частково це стало виявом традиційного сезонного падіння прибуття іноземних туристів. В основному ж, згадане падіння стало логічним наслідком того, що головне протистояння між прихильниками незалежності й силовими структурами, що представляли Мадрид, відбувалося в Барселоні.

Однак політична нестабільність у Каталонії вплинула лише на саме співтовариство та Балеарські острови, логістично пов'язані, насамперед, з Барселоною. Якщо ці два співтовариства в грудні 2017 р. продемонстрували падіння числа прибулих іноземних туристів – Каталонія на 13,9 %, а Балеарські острови на 2 %, то їх традиційні конкуренти (Мадрид, Валенсія, Андалузія) продемонстрували зростання. Таким чином спостерігався процес «перетягування» туристів на інші туристичні райони, що, врешті-решт, майже не вплинуло на загальне число міжнародних туристів до Іспанії, яке зросло порівняно з відповідним місяцем попереднього року [19, р. 20–21; 25].

В цілому, Каталонське співтовариство у 2017 р. показало непогані показники розвитку міжнародного туризму. Число іноземних туристів перевищило показник в 19 млн 118 тис, що вчергове вивело Каталонію на перше місце в Королівстві. Середні витрати туриста перевищили 2 тис. євро; більше було лише у Мадрида – 2 тис 650 євро, натомість це значно вище – ніж в середньому по Іспанії – 1 тис 645 євро. Середня тривалість поїздки іноземного туриста склала 5,85 днів, що менше, ніж в середньому по Королівству – 7,78 днів [19, р. 8]. Значно вищі показники Валенсії, Андалузії чи Канарських островів пояснюються перевагою тут, на відміну від Каталонії, курортно-пляжного туризму, який більше прив'язує туриста до одного місця, ніж інші види туризму.

У зв'язку з результатами референдуму, в Мадриді на початку 2018 р. озвучували фінансові втрати Каталонії. Міністр економіки Королівства Луїс де Гіндос оцінив зменшення доходів співтовариства в 1 млрд євро. Він заявив, що економічне зростання Каталонії в четвертому кварталі 2017 р. сповільнилося з 0,9 до 0,4 %. Міністр відзначив, що співтовариство традиційно було одним із драйверів іспанської економіки, а тепер стало тягарем і в зв'язку з цим закликав каталонський уряд відмовитися від односторонніх кроків, пов'язаних з курсом на розрив з Іспанією [2].

Застереження міністра більш-менш корелювалися з реальною ситуацією. В перші місяці після референдуму спостерігався процес перенесення компаніями своїх офісів зі співтовариства в інше місце. Це зробило понад 3 тис. компаній, зменшилися іноземні інвестиції в регіон, впала частка Каталонії в загальноіспанському експорті. Експерти заговорили про ефект «Монреалья», маючи на увазі економічні проблеми Квебеку, що були спровоковані його спробою виходу з Канади в 1990-х рр. [27, р. 27].

Таким чином, очікування щодо подальшого розвитку туристичної галузі Каталонії були переважно песимістичними. Проводячи аналогію з Тунісом та Єгиптом, де внаслідок арабської весни 2010–2011 рр. туристична сфера опинилася в достатньо глибокій кризі, експерти прогнозували значний спад туристичних потоків до співтовариства. Однак реальність виявилася більш оптимістичною. Наприкінці зими – на початку весни 2018 р. туристичний ринок Каталонії почав відновлюватися й демонструвати, хоч і незначне, але зростання.

Весною 2018 р. туристичний сектор Каталонії поступово підтягувався до показників попереднього, 2017, року, щоб в червні за міжнародними туристичними прибуттями перевищити показник минулого року – 2 млн 90 тис проти 2 млн 26 тис [19, р. 22]. Що ж вплинуло на позицію туристів, якщо конфлікт Барселони з Мадридом своєї гостроти не втратив?

По-перше, протистояння щодо незалежності набуло латентного характеру, істотно не впливало на функціонування значимих для туризму закладів та об'єктів.

По-друге, Каталонія займає вигідне географічне положення. Саме через це співтовариство пролягає один з двох сухопутних транспортних коридорів, які сполучають Піренейський півострів з Францією. Порт Барселони є одним з найбільших у Середземномор'ї, на який припадає 22 % зовнішньої морської торгівлі Королівства і 71 % співтовариства. Приймаючи в рік 2, 5 млн круїзних туристів, порт столиці Каталонії є найкрупнішим круїзним портом в Європі й четвертим в світі [23]. Маючи пряме сполучення до таких важливих туристичних регіонів, як Балеарські острови, Лігурійська Рив'єра, Сардинія, Лацій, а також до портів найбільшої туристичної країни Африканського континенту – Марокко, Барселона виступає хабом, що зв'яже два туристичні макрорегіони – Європейський і Африканський та цілий ряд туристичних районів Південної Європи.

По-третє, зіграло свою роль багатство й різноманітність каталонських туристичних ресурсів. Центром туристичної привабливості регіону є Барселона, що традиційно відвідується туристами (9, 12 млн у 2018 і 9, 47 млн у 2019 р. [20]). З них 83 % (8, 5 млн) припадає на іноземних туристів [13, с. 3]. Туризм приносить місту 2 млрд євро щорічно [31]. Крім розбудованої інфраструктури дозвілля, Барселона притягує зі всього світу студентів, дослідників та художників. Значну роль у туристичному підйомі Барселони відіграли пішохідні безкоштовні маршрути, до яких вдавалися місцеві туристичні фірми з метою популяризації міських дестинацій [15, р. 338]. Поза Барселоною, Каталонія має чимало інших туристичних об'єктів. Протягом липня й серпня одним з кращих місць для відпочинку в Західному Середземномор'ї є смуга узбережжя в каталонській провінції Жирона - Коста Брава. Взимку лижники та сноубордисти прямують до Піренеїв, щоб насолодитися снігом та прекрасними природними умовами цих гір. Географічне розташування Каталонії відіграє головну роль в розвитку туристичної індустрії регіону, адже він у різний сезон може запропонувати безліч розваг для подорожуючих. Найпопулярнішим парком розваг у Іспанії залишається Порт Аventura, поблизу Таррагони. У співтоваристві розташований монастир Монсеррат – відомий центр паломництва римо-католиків. Певну частину іноземних туристів приваблює сільський туризм.

Крім цього, Каталонія є одним зі світових лідерів з розвитку інклюзивного туризму (для людей з особливими потребами). Цей вид туризму є пріоритетним для діяльності Каталонського агентства з туризму. Створений спеціальний сайт, який пропонує споживачам цього туризму перелік доступних дестинацій та описує їх інфраструктуру. На сьогодні в цьому співтоваристві є 1100 туристичних об'єктів, доступних для туристів з інвалідністю. Сюди входять цілий ряд музеїв Барселони, 150 км зелених доріг та стежок, численні пляжі на середземноморському узбережжі, окремі траси гірськолижного курорту Ла Моліна. Для маломобільних груп надаються послуги з польотів на повітряних кулях, верхової їзди, дайвінгу тощо [6, с. 122–123].

По-четверте, важливим мотиваційним моментом стабільності туристичних потоків до Каталонії є добре розвинена інфраструктура та мережа інформаційної логістики. У регіоні працюють 6 аеропортів, 2 морських порти, 2 національні залізничні компанії. Міжнародний аеропорт Барселони, який у 2018 р. обслужив понад 50 млн пасажирів, є одним з основних авіацентрів Середземноморського регіону. Авіаційний сектор співтовариства здатний підтримувати зростання пасажиропотоку й знижувати вартість авіаквитків. Регіон має розвинену мережу високошвидкісних залізниць та ефективний мобільний зв'язок [24]. Сфера обслуговування

співтовариства включає цифровий маркетинг та систему онлайн-бронювання, які підтримують туристичний ринок та конкуренцію між готелями, ресторанами та іншими закладами, причетними до надання послуг туристам. Каталонія має один з найбільш розвинених у світі сектор готельно-ресторанного обслуговування. Лише Барселона може запропонувати туристам 150 тис місць для проживання в готелях (понад 430 одиниць), пансіонатах, хостелах, туристичних квартирах. Столиця Каталонії є одним з головних місць для ресторанів, відзначених зірками Мішлен (22). Всього ж гастрономічна сфера Барселони нараховує бл. 10 тис закладів харчування [13, р. 4, 8, 9].

Перелік цих чинників обумовив небажання іноземних туристів відмовлятися від зручних маршрутів та улюблених туристичних атракцій в умовах не стільки політичної нестабільності, стільки політичної невизначеності.

Хоча передбачуваного раніше зростання досягти не вдалося. Рентабельність каталонських туристичних фірм знизилася на 70, 2 % порівняно з 2017 р. Крім згаданого чинника політичної невизначеності, свою роль відіграло відновлення конкурентних туристичних ринків, особливо курортно-пляжної складової, у Туреччині, Єгипті та Тунісі.

Свій внесок в процес стримування зростання туристичних потоків з-за кордону відігравали й організовані профспілками страйки працівників сфери послуг, що не мали жодної політичної складової. У липні й серпні 2018 р. до такої акції вдавалися служби аеропорту Ель-Прот у Барселоні, що призвело до перенесення сотень рейсів й затримки відправки туристів з Каталонії.

У лютому 2019 р. у Барселоні страйкували працівники метро. Їх акція, організована профспілками, не випадково припала на час проведення найбільшого в світі Всесвітнього мобільного конгресу, участь в якому беруть від 50 до 60 тис. представників мобільних операторів [29, р. 459].

Натомість, коли у середині жовтня 2019 р. Верховний суд Іспанії схвалив рішення щодо тривалих термінів ув'язнення для політиків, причетних до організації каталонського референдуму, у Барселоні декілька днів тривали протести. В результаті, економічна активність у секторах роздрібної торгівлі та готельного бізнесу міста знизилася, за оцінками туристичної асоціації *Barcelona Oberta*, на 30–50 %. Тоді на вулиці міста вийшло бл. 500 тис жителів. Учасники протестних акцій пошкодили відкриті тераси в бл. 70 ресторанів, спалили їх реманент. Великих збитків зазнала торгова вулиця Пасео-де-Грасія, де близько 60 % продажів припадає на туристів. Продажі знизилися протягом цього тижня на 30 %. 18 жовтня закrywся для відвідувачів собор Саграда Фамілія. Його адміністрація заявила, що не може гарантувати безпеку для туристів. Оскільки Барселона є круїзною столицею Середземномор'я, то під час цих акцій була нанесена шкода і цьому виду туризму. Три круїзних лайнери з 6 тис пасажирів вирішили взагалі не заходити до місцевого порту. Серйозні збитки були нанесені транспортній мережі. Близько 175 тис туристів постраждали від відміни чи затримки рейсів. Певних прибутків не дорахувалася і сфера ділового туризму, оскільки Барселона є одним з популярних місць проведення конференцій. Загалом, туризм складає 15 % ВВП Барселони, а обіг готельного бізнесу – бл. 1, 6 млрд євро в рік. В індустрії туризму міста зайнято бл. 100 тис. робітників [2].

В цілому, середні витрати іноземних туристів у Каталонії з кінця 2017 р. знизилися, тоді як в середньому по Іспанії вирости. Однак, у регіоні вони залишаються вищими, ніж в середньому по країні [1].

2019 рік теж не показав якихось істотних втрат туристичної сфери Каталонського співтовариства. Цього року Каталонію відвідало 19, 36 млн. іноземних туристів, що склало 23, 1 % від загального числа в Іспанському королівстві (83, 7 млн. туристів). Прибутки від міжнародного туризму Каталонії сягнули 21, 3 млрд євро і вони збільшилися порівняно з 2018 р. на 4, 1 %. Кожний турист залишив у співтоваристві 1102 євро, що більше, ніж рік тому, на 3, 3 %. Серед іноземних туристів домінували німці (19, 9 %) і французи (18, 8 %). Це трохи відрізняється від загальної картини по Іспанії в цілому, де лідерство тримали британські туристи – 18 %, прибутки від яких склали 17, 9 млрд євро [22; 13, р. 2].

За підсумками 2019 р. Каталонія продовжує залишатися першою економікою країни – 231 млн євро ВВП. Але інші співтовариства почали скорочувати відставання від Каталонії. Зокрема, Мадрид збільшив свою частку в загальноіспанському ВВП порівняно з Каталонією на 1,4 % [26].

Стимування розвитку туризму в останні роки мало і цілеспрямований характер. Міська влада Барселони наклала мораторій на нові ліцензії щодо проживання туристів. Всі заклади регіону, надані в користування туристами, тепер зобов'язані реєструватися в міській раді або уряді Каталонії. У Барселоні, крім цього, сплачується невеликий туристичний податок у розмірі 0,65 €. Вживаються заходи щодо стримування потоку пропозицій нерухомості в інтернеті. Схвалено

рішення штрафувати сайти за незареєстрованих осіб, що короткотерміново здають свою нерухомість в оренду [30].

Нове бачення розвитку туризму в Каталонії до 2020 р. базувалося на визначенні відповідального туризму, сформульованому в Декларації Кейптауна (2002) [14] та в Барселонській хартії туризму (2010) [7]. Воно передбачало досягнення більшого балансу інтересів відвідувачів та мешканців співтовариства. Барселонська декларація, зокрема, закликала акцентувати увагу на управлінні наслідками туризму, більш справедливому їх розподілі. Важливого значення мала набути кореляція між інтересами туризму та станом довкілля [8; 28].

Навряд, чи можна говорити про досягнення цілей, сформульованих у Барселонській декларації. Певну роль в цьому відіграли й негативні для туризму наслідки референдуму 2017 р. Остаточно неможливість їх реалізації була визначена спалахом пандемії КОВІД-19, в умовах якої туристична галузь істотно скоротила свої масштаби. Туристичні потоки іноземних туристів за перші три квартали 2020 р. до Іспанії й Каталонії, зокрема, скоротилися більше, ніж вдвічі [25]. В четвертому кварталі були схвалені додаткові заходи, що істотно обмежили туристичні можливості Королівства. Подібні рішення затвердив і уряд Каталонії [16]. Таким чином, в умовах пандемії вплив референдуму на туристичну сферу відійшов на другий план.

Висновки. Референдум 1 жовтня 2017 р. здійснив певний вплив на розвиток туризму в Каталонії. Однак, цей вплив виявився значно меншим, ніж прогнозували експерти наприкінці 2017 – на початку 2018 рр. Туристична галузь співтовариства, насамперед його міжнародна складова, виявилася більш стійкою і катастрофічного спаду не продемонструвала. Кореляція з розвитком туризму в Іспанії в цілому та в окремих співтовариствах демонструє, що темпи приросту міжнародного туризму в Каталонії після проведення референдуму істотно знизилися. Серед причин цього явища не лише факт політичної невизначеності, але й багаторівневий конфлікт інтересів іноземних туристів та місцевих жителів, який актуалізувався якраз в останні декілька років. Декількарічна фактична стагнація туристичного ринку Каталонії була перервана у 2020 р. пандемією коронавірусу, що, з одного боку, визначило його обвал, а, з іншого, не дає змоги чітко простежити розвиток тенденцій, що виникли восени 2017 р.

Список використаних джерел

1. Каталония через год после «референдума»: экономический анализ. URL: <https://catalunya.ru/articles.html/politic/kataloniya-cherez-god-posle-referenduma-ekonomicheskii-analiz-r6712/>
2. Каталонія втратила близько 1 млрд євро через спробу відокремлення від Іспанії. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/kataloniya-poteryala-okolo-1-mlrd-evro-popytku-1514827321.html>
3. Любіцева О., Заваріка Г. Організація туризму Іспанії в умовах періодичних конфліктів. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія*. 2019. Вип. 1(74). С. 60–65. URL: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2019.74.11>
4. Туристична сфера Барселони зазнала збитків від заворушень, що налічують мільйони євро. URL: <https://gordonua.com/ukr/news/worldnews/-turistichna-sfera-barseloni-zaznala-milijoni-jevro-zbitkiv-vid-masovih-zavorushen-1382040.html>
5. Хільчевська І., Шалун К. Етнополітичний конфлікт у Каталонії та його вплив на розвиток туризму. *Географія та туризм*. 2017. Вип. 41. С. 49–58. URL: http://www.geolgt.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=167&Itemid=84&lang=uk
6. Чупіна К. Аналіз розвитку інклюзивного туризму закордоном. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2020. Вип. 11. С. 121–127.
7. Barcelona Charter Tourism (2010). URL: http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2015/02/Turisme_responsable_ENG.pdf
8. Barcelona Declaration (RTD7). URL: <https://responsibletourismpartnership.org/conferences/rt7/>
9. Barcelona is a city exploited by tourism. URL: <https://stay-grounded.org/barcelona-a-city-exploited-by-tourism/>
10. Tourism of Barcelona, Catalonia. URL: <https://euromonitor.com/barcelona-overtourism/>
11. Catalonia tops Spain in foreign tourist spending in 2019. URL: <https://www.catalannews.com/business/item/catalonia-tops-spain-in-foreign-tourist-spending-in-2019>
12. Crespi-Vallbona M., Mascarilla-Miró Ó. La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona). *Eure*. 2018. Vol. 44 (133). P. 51–70. URL: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612018000300051
13. Cuadrada A., Guardiola M. *Horwath HTL: Barcelona Market Update*, July 2020. 16 p. URL: <http://www.horwathhtl.com>
14. Declaration of Cape Town, 2002. URL: http://resource.capetown.gov.za/documentcentre/Documents/Graphics%20and%20educational%20material/Responsible_tourism_bro_web.pdf
15. del Pilar Leal Londoño M., F. Xavier Medina F. Turismo y economía colaborativa: el caso de los recorridos gratuitos a pie en Barcelona. *Cuadernos de Turismo*. 2018. N 41. P. 323–341. URL: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.41.327051>
16. Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya. URL: https://dogc.gencat.cat/es/pdogc_canals_interns/pdogc_resultats_fitxa/index.html?action=fitxa&documentId=884443&language=ca_ES&newLang=es_ES
17. Huete R., Mantecón M. El auge de la turismofobia. hipótesis de investigación o ruido ideológico? *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 2018. Vol. 16. N 1. P. 9–19. URL: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.001>
18. Hughes N. “Tourists go home”: anti-tourism industry protest in Barcelona. *Social Movement Studies*. 2018 (may). P. 1–7. URL: <http://www.tandfonline.com/loi/csms20>
19. Martín J., Afonso B. *Le repercussió de la inestabilitat política en el turisme de Catalunya*. San Cristóbal de la Laguna, 2018. 33 p. URL: <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/12412>
20. Number of tourists staying in hotels in Barcelona from 1990 to 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/452060/number-of-tourists-in-barcelona-spain/>
21. Oller J., Satorre A., Tobeña A. Unveiling pathways for the fissure among secessionists and unionists in Catalonia: identities, family language, and media influence. *Palgrave communications*. 2019. N 5 (148). P. 1–13. URL: <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0357-z> | www.nature.com/palcomms

22. Pagan R., Horsfall D. Medical Tourism Markets. Models of Sustainability. The Costa del Sol (Malaga). *Sustainability*. 2020. Vol. 12. URL: www.mdpi.com/journal/sustainability
23. Port de Barcelona. Press dossier 2016. 8 p. URL: <http://www.barceloc.com/pdf/Dossier%202015.pdf>
24. Spain. URL: <https://www.lonelyplanet.com/spain>
25. Spain – international tourism. URL: <https://countryeconomy.com/trade/international-tourism/spain>
26. Strategic Tourism Plan for Catalonia 2013-2016 and Catalan Tourism Directives 2020. URL: http://empresa.gencat.cat/web/.content/20_turisme/coneixement_i_planimificacio/recerca_i_estudis/documents/arxius/plan_en.pdf
27. *The independence conflict in Catalonia*. Madrid: Real Instituto Elcano, 2019, 46 p.
28. The Catalunya 2020 Vision for Responsible Tourism: The Barcelona Declaration. URL: the_catalunya_2020_vision_for_responsible_tourism_-_the_barcelona_declaration_eng_pdf
29. Torres-Solé T., Sala-Ríos M., Farré-Perdiguer M. Del primer al Segundo plan estratégico de turismo en Cataluña. *Cuadernos de Turismo*. 2019. N 44. P. 441–465. URL: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.44.404971>
30. TOURISM IN BARCELONA GENERATES 18% OF COMMERCIAL REVENUE. URL: <https://www.tourism-review.com/tourism-in-barcelona-provides-substantial-revenues-news5337>
31. Working in Tourism in Barcelona Opens Doors to the World. URL: <https://www.welcometothejungle.com/en/articles/working-in-tourism-in-barcelona-opens-doors-to-the-world>

Список использованных источников

1. Каталония через год после «референдума»: экономический анализ. URL: <https://catalunya.ru/articles.html/politic/kataloniya-cherez-god-posle-referenduma-ekonomicheskij-analiz-r6712/>
2. Каталония потеряла около 1 млрд евро из-за попытки отделения от Испании. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/kataloniya-poteryala-okolo-1-mlrd-evro-popytku-1514827321.html>
3. Любичева Е., Заварика Г. Организация туризма Испании в условиях периодических конфликтов. *Вестник Киевского национального университета имени Тараса Шевченко. География*. 2019. Вып. 1(74). С. 60–65. URL: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2019.74.11>
4. Туристическая сфера Барселоны потеряла от волнений миллионы евро. URL: <https://gordonua.com/ukr/news/worldnews/-turistichna-sfera-barseloni-zaznala-miljoni-jevro-zbitkiv-vid-masovih-zavorushen-1382040.html>
5. Хильчевская И., Шалун К. Этнополитический конфликт в Каталонии и его влияние на развитие туризма. *География и туризм*. 2017. Вып. 41. С. 49–58. URL: http://www.geolgt.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=167&Itemid=84&lang=uk
6. Чупина К. Анализ развития инклюзивного туризма за рубежом. *Вестник ХНУ имени В.Н. Каразина. Серия «Международные отношения. Экономика. Страноведение. Туризм»*. 2020. Вып. 11. С. 121–127.
7. Barcelona Charter Tourism (2010). URL: http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2015/02/Turisme_responsable_ENG.pdf
8. Barcelona Declaration (RTD7). URL: <https://responsibletourismpartnership.org/conferences/rt7/>
9. Barcelona is a city exploited by tourism. URL: <https://stay-grounded.org/barcelona-a-city-exploited-by-tourism/>
10. Tourism of Barcelona, Catalonia. URL: <https://euromonitor.com/barcelona-overtourism/>
11. Catalonia tops Spain in foreign tourist spending in 2019. URL: <https://www.catalannews.com/business/item/catalonia-tops-spain-in-foreign-tourist-spending-in-2019>
12. Crespi-Vallbona M., Mascarilla-Miró Ó. La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona). *Eure*. 2018. Vol. 44 (133). P. 51–70. URL: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612018000300051
13. Cuadrada A., Guardiola M. *Horwath HTL: Barcelona Market Update*, July 2020. 16 p. URL: <http://www.horwathhtl.com>
14. Declaration Cape Town, 2002. URL: http://resource.capetown.gov.za/documentcentre/Documents/Graphics%20and%20educational%20material/Responsible_tourism_bro_web.pdf
15. del Pilar Leal Londoño M., F. Xavier Medina F. Turismo y economía colaborativa: el caso de los recorridos gratuitos a pie en Barcelona. *Cuadernos de Turismo*. 2018. N 41. P. 323–341. URL: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.41.327051>
16. Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya. URL: https://dogc.gencat.cat/es/pdogc_canals_interns/pdogc_resultats_fitxa/index.html?action=fitxa&documentId=884443&language=ca_ES&newLang=es_ES
17. Huete R., Mantecón M. El auge de la turismofobia. ¿hipotesis de investigación o ruido ideológico? *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 2018. Vol. 16. N 1. P. 9–19. URL: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.001>
18. Hughes N. “Tourists go home”: anti-tourism industry protest in Barcelona. *Social Movement Studies*. 2018 (may). P. 1–7. URL: <http://www.tandfonline.com/loi/csms20>
19. Martín J., Afonso B. *Le repercussió de la inestabilitat política en el turisme de Catalunya*. San Cristóbal de la Laguna, 2018. 33 p. URL: <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/12412>
20. Number of tourists staying in hotels in Barcelona from 1990 to 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/452060/number-of-tourists-in-barcelona-spain/>
21. Oller J., Satorre A., Tobeña A. Unveiling pathways for the fissure among secessionists and unionists in Catalonia: identities, family language, and media influence. *Palgrave communications*. 2019. N 5 (148). P. 1–13. URL: <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0357-z> | www.nature.com/palcomms
22. Pagan R., Horsfall D. Medical Tourism Markets. Models of Sustainability. The Costa del Sol (Malaga). *Sustainability*. 2020. Vol. 12. URL: www.mdpi.com/journal/sustainability
23. Port de Barcelona. Press dossier 2016. 8 p. URL: <http://www.barceloc.com/pdf/Dossier%202015.pdf>
24. Spain. URL: <https://www.lonelyplanet.com/spain>
25. Spain – international tourism. URL: <https://countryeconomy.com/trade/international-tourism/spain>
26. Strategic Tourism Plan for Catalonia 2013-2016 and Catalan Tourism Directives 2020. URL: http://empresa.gencat.cat/web/.content/20_turisme/coneixement_i_planimificacio/recerca_i_estudis/documents/arxius/plan_en.pdf
27. *The independence conflict in Catalonia*. Madrid: Real Instituto Elcano, 2019, 46 p.
28. The Catalunya 2020 Vision for Responsible Tourism: The Barcelona Declaration. URL: the_catalunya_2020_vision_for_responsible_tourism_-_the_barcelona_declaration_eng_pdf
29. Torres-Solé T., Sala-Ríos M., Farré-Perdiguer M. Del primer al Segundo plan estratégico de turismo en Cataluña. *Cuadernos de Turismo*. 2019. N 44. P. 441–465. URL: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.44.404971>
30. TOURISM IN BARCELONA GENERATES 18% OF COMMERCIAL REVENUE. URL: <https://www.tourism-review.com/tourism-in-barcelona-provides-substantial-revenues-news5337>
31. Working in Tourism in Barcelona Opens Doors to the World. URL: <https://www.welcometothejungle.com/en/articles/working-in-tourism-in-barcelona-opens-doors-to-the-world>

References

1. Kataloniya cherez god posle «referenduma»: ekonomicheskij analiz. URL: <https://catalunya.ru/articles.html/politic/kataloniya-cherez-god-posle-referenduma-ekonomicheskij-analiz-r6712/> [in Russian].

2. Kataloniia vtratyła blyzko 1 mlrd yevro cherez sprobu vidokremlennia vid Ispanii. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/kataloniya-poteryala-okolo-1-mlrd-evro-popytku-1514827321.html> [in Ukrainian].
3. Liubitseva O., Zavarika H. Orhanizatsiia turyzmu Ispanii v umovakh periodychnykh konfliktiv. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Heohrafiia*. 2019. Vyp. 1(74). S. 60–65. URL: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2019.74.11> [in Ukrainian].
4. Turystychna sfera Barselony zaznala zbytkiv vid zavorushen, shcho nalichuiut miliony yevro. URL: <https://gordonua.com/ukr/news/worldnews/-turystychna-sfera-barseloni-zaznala-miljoni-jevro-zbitkiv-vid-masovih-zavorushen-1382040.html> [in Ukrainian].
5. Khilchevska I., Shalun K. Etnopolitychnyi konflikt u Katalonii ta yoho vplyv na rozvytok turyzmu. *Heohrafiia ta turizm*. 2017. Vyp. 41. S. 49–58. URL: http://www.geolgt.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=167&Itemid=84&lang=uk [in Ukrainian].
6. Chupina K. Analiz rozvytku inkluzyvnogo turyzmu zakordonom. *Visnyk KhNU imeni V.N. Karazina. Seriia «Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm»*. 2020. Vyp. 11. S. 121–127. [in Ukrainian].
7. Barcelona Charter Tourism (2010). URL: http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2015/02/Turisme_responsable_ENG.pdf [in English].
8. Barcelona Declaration (RTD7). URL: <https://responsibletourismpartnership.org/conferences/rt7/> [in English].
9. Barcelona is a city exploited by tourism. URL: <https://stay-grounded.org/barcelona-a-city-exploited-by-tourism/> [in English].
10. Tourism of Barcelona, Catalonia. URL: <https://euromonitor.com/barcelona-overtourism/> [in English].
11. Catalonia tops Spain in foreign tourist spending in 2019. URL: <https://www.catalannews.com/business/item/catalonia-tops-spain-in-foreign-tourist-spending-in-2019> [in English].
12. Crespi-Vallbona M., Mascarilla-Miró Ó. La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona). *Eure*. 2018. Vol. 44 (133). P. 51–70. URL: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612018000300051 [in Spanish].
13. Cuadrada A., Guardiola M. *Horwath HTL: Barcelona Market Update*, July 2020. 16 p. URL: <http://www.horwathhtl.com> [in English].
14. Declaration of the Cape Town, 2002. URL: http://resource.capetown.gov.za/documentcentre/Documents/Graphics%20and%20educational%20material/Responsible_tourism_bro_web.pdf [in English].
15. del Pilar Leal Londoño M., F. Xavier Medina F. Turismo y economía colaborativa: el caso de los recorridos gratuitos a pie en Barcelona. *Cuadernos de Turismo*. 2018. N 41. P. 323–341. URL: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.41.327051> [in Spanish].
16. Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya. URL: https://dogc.gencat.cat/es/pdogc_canals_interns/pdogc_resultats_fitxa/index.html?action=fitxa&documentId=884443&language=ca_ES&newLang=es_ES [in Spanish].
17. Huete R., Mantecón M. El auge de la turismofobia hipótesis de investigación o ruido ideológico? *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 2018. Vol. 16. N 1. P. 9–19. URL: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.001> [in Spanish].
18. Hughes N. “Tourists go home”: anti-tourism industry protest in Barcelona. *Social Movement Studies*. 2018 (may). P. 1–7. URL: <http://www.tandfonline.com/loi/csms20> [in English].
19. Martín J., Afonso B. *Le repercusión de la inestabilidad política en el turismo de Cataluña*. San Cristóbal de la Laguna, 2018. 33 p. URL: <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/12412> [in Spanish].
20. Number of tourists staying in hotels in Barcelona from 1990 to 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/452060/number-of-tourists-in-barcelona-spain/> [in English].
21. Oller J., Satorre A., Tobeña A. Unveiling pathways for the fissure among secessionists and unionists in Catalonia: identities, family language, and media influence. *Palgrave communications*. 2019. N 5 (148). P. 1–13. URL: <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0357-z> | www.nature.com/palcomms [in English].
22. Pagan R., Horsfall D. Medical Tourism Markets. Models of Sustainability. The Costa del Sol (Malaga). *Sustainability*. 2020. Vol. 12. URL: www.mdpi.com/journal/sustainability [in English].
23. Port de Barcelona. Press dossier 2016. 8 p. URL: <http://www.barceloc.com/pdf/Dossier%202015.pdf> [in English].
24. Spain. URL: <https://www.lonelyplanet.com/spain> [in English].
25. Spain – international tourism. URL: <https://countryeconomy.com/trade/international-tourism/spain> [in English].
26. Strategic Tourism Plan for Catalonia 2013-2016 and Catalan Tourism Directives 2020. URL: http://empresa.gencat.cat/web/.content/20_turisme/coneixement_i_planificacio/recerca_i_estudis/documents/arxiu/plan_en.pdf [in English].
27. *The independence conflict in Catalonia*. Madrid: Real Instituto Elcano, 2019, 46 p. [in English].
28. The Catalunya 2020 Vision for Responsible Tourism: The Barcelona Declaration. URL: the_catalunya_2020_vision_for_responsible_tourism_-_the_barcelona_declaration_eng_pdf [in English].
29. Torres-Solé T., Sala-Ríos M., Farré-Perdiguer M. Del primer al Segundo plan estratégico de turismo en Cataluña. *Cuadernos de Turismo*. 2019. N 44. P. 441–465. URL: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.44.404971> [in Spanish].
30. TOURISM IN BARCELONA GENERATES 18% OF COMMERCIAL REVENUE. URL: <https://www.tourism-review.com/tourism-in-barcelona-provides-substantial-revenues-news5337> [in English].
31. Working in Tourism in Barcelona Opens Doors to the World. URL: <https://www.welcometothejungle.com/en/articles/working-in-tourism-in-barcelona-opens-doors-to-the-world> [in English].

Надійшла до редакції 26.04.2021