

ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ (НА ПРИКЛАДІ ІСПАНІЇ)

П. О. Подлепіна,
старший викладач

Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

У статті здійснюється аналіз досвіду організації туризму в Іспанії, визначаються основні тенденції розвитку туристичної діяльності та функціонування туристичної інфраструктури, виявляються особливості державного регулювання туризму та формування системи професійної освіти.

Ключові слова: Іспанія, туризм, державне регулювання туризму, готельне господарство, професійна освіта, закордонний досвід.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ (НА ПРИМЕРЕ ИСПАНИИ)

В статье осуществляется анализ опыта организации туризма в Испании, определяются основные тенденции развития туристической деятельности и функционирования туристической инфраструктуры, выявляются особенности государственного регулирования туризма и формирования системы профессионального образования.

Ключевые слова: Испания, туризм, государственное регулирование туризма, гостиничное хозяйство, профессиональное образование, зарубежный опыт.

FOREIGN EXPERIENCE OF TOURISM ORGANIZATION AT THE PRESENT STAGE (ON THE EXAMPLE OF SPAIN)

The article presents an analysis of the experience of tourism organization in Spain, the main trends of the tourism activities development and the tourism infrastructure operation are determined, the features of government tourism regulation and the formation of professional education system are identified.

Key words: Spain, tourism, government tourism regulation, hotel industry, professional education, foreign experience.

Постановка проблеми. В сучасних умовах нестабільності світова економіка зазнає кардинальних змін, що виявляються в нових формах світогосподарських зв'язків, міжнародної торгівлі, руху капіталів, транснаціональної діяльності, інтеграційних процесів на світовому рівні. Самовизначення України в новітній системі міжнародних відносин, її участь в розподілі світового доходу вимагає пошуку і розвитку видів економічної діяльності, які є потенційно прибутковими і конкурентоспроможними на ринку товарів і послуг.

Беручи до уваги збільшення ролі третинного сектору економіки та активного формування постіндустріального суспільства, актуалізація розвитку саме туризму можна розглядати як ефективний інструмент оптимізації соціокультурного та економічного функціонування, подолання структурної недосконалості вітчизняної економіки тощо.

Туризм – це складне соціально-економічне та політичне явище, що значною мірою впливає на світоустрій. Значення туризму в світовому господарстві постійно зростає, що пов'язано із зростанням впливу цієї сфери діяльності на економіку багатьох країн світу, де вона виконує низку важливих функцій. Міжнародна практика свідчить, що низка країн завдяки ефективному розвитку саме туристичного сектору пододала спад в економіці, зменшила регіональну стратифікацію, зміцнила своє становище на міжнародній арені.

Україна має багатий туристично-рекреаційний потенціал, що за умов продуктивного та поміркованого використання може стати основою форму-

вання конкурентоспроможного на світовому ринку національного туристичного продукту, і саме закордонний досвід організації туризму в провідних туристичних країнах надасть можливість виокремити дієві механізми реалізації такої стратегічної мети.

Аналіз останніх публікацій. Загальні питання організації туризму та функціонування ринків окремих його видів висвітлені в роботах закордонних та вітчизняних науковців та аналітиків, серед яких варто виокремити А. Александрову, О. Любіцеву, М. Мальську, Н. Антонюк, П. Пуцентейло, В. Квартальнова, І. Зоріна, В. Бабарицьку, В. Воскресенського, А. Каурова, В. Кифяка, В. Сеніна, Дж. К. Холлоуей, Н. Тейлора та ін. Саме в наукових доробках цих вчених розглядалися питання загальних принципів організації туристичної індустрії, висвітлювалися геопросторові особливості розвитку туризму та його складових тощо. Систематизувавши тематичні джерела інформації, варто зазначити, що спостерігається недостатня вивченість закордонного досвіду функціонування туристичних систем країн світу і як наслідок – слабка його імплементація у систему підвищення ефективності функціонування вітчизняного туристичного ринку. Тому проведення даного дослідження є актуальним.

Мета статті. Виявити особливості організації та функціонування туристичного ринку Іспанії.

Виклад основного матеріалу. В останні десятиліття туризм став однією з провідних і найбільш динамічних галузей світового господарства. Туризм у багатьох країнах світу є пріоритетним напрямом розвитку національної економіки та культури, що

зумовлено його високоприбутковістю та значним позитивним соціально-економічним і культурним впливом.

Беручи до уваги той факт, що головною проблемою сучасного європейського простору є заострення фінансово-економічних питань в країнах ЄС, саме туризм використовується як механізм стимулювання національного розвитку та покращення добробуту населення.

Соціально-економічна природа туризму пов'язана з особливим принципом прямої та зворотної трансформацій. Економічний розвиток туризму сприяє поповненню доходної частини бюджету, що, в свою чергу, підвищує рівень та якість життя населення. Тобто на кожному оберті економічна складова трансформується в соціальну, а соціальна основа – в економічну.

Окрім того, очевидним фактом є те, що існує тісний зв'язок між зростанням, туристичної сфери та загальною ходою розвитку економіки. У реальній економічній ситуації причинно-наслідкові зв'язки постійно змінюються, випереджаючи один одного. Якщо туризм виступає потужним локомотивом економічного розвитку, то подальша участь туризму врешті-решт визначається сукупним економічним потенціалом країни [2, с. 64 – 66]. Тобто відбувається постійна взаємна стимуляція в рамках системи «туризм – національна економіка».

Виступаючи складним багатограним поліфункціональним міжгалузевим комплексом, туризм здійснює значний вплив на економіку Іспанії: відбувається диверсифікація економічної структури, змінюються пріоритети у багатьох сферах народного господар-

ства, покращується рівень життя населення. Саме завдяки туризму географічне положення держави, її природно-кліматичні ресурси і культурно-історичні пам'ятки стають загальним благом [4, с. 66].

Іспанія, виступаючи реципієнтом міжнародних туристичних потоків, вже багато років займає найвищі щаблі в рейтингу найпривабливіших та найпопулярніших дестинацій світу, поступаючись в 2013 р. лише Франції та США (рис. 1). Основними генераторами туристів для Іспанії в 2012 р. виступали Велика Британія (13,6 млн), Німеччина (9,3 млн), Франція (8,9 млн) та Росія (1,2 млн) [9].

За даними офіційної державної статистики, 90 % усіх туристичних потоків направлено в п'ять основних курортних регіонів країни: Каталонію, Балеарські острови, Канари, Андалусію і Валенсію. Середні витрати туриста в Іспанії в день складають мінімум 101 євро.

Туризм в Іспанії став сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державних та місцевих бюджетів, розподілу фінансових потоків (табл. 1).

Таблиця 1

Доходи та витрати в туристичному секторі Іспанії (млрд євро)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Доходи	33,7	36,6	35,5	35,0	36,4	38,6	40,7	42,2	41,9	38,1	39,6
Витрати	6,0	6,7	7,0	8,0	9,8	12,1	13,3	14,4	13,8	12,1	12,7

Джерело: [10]

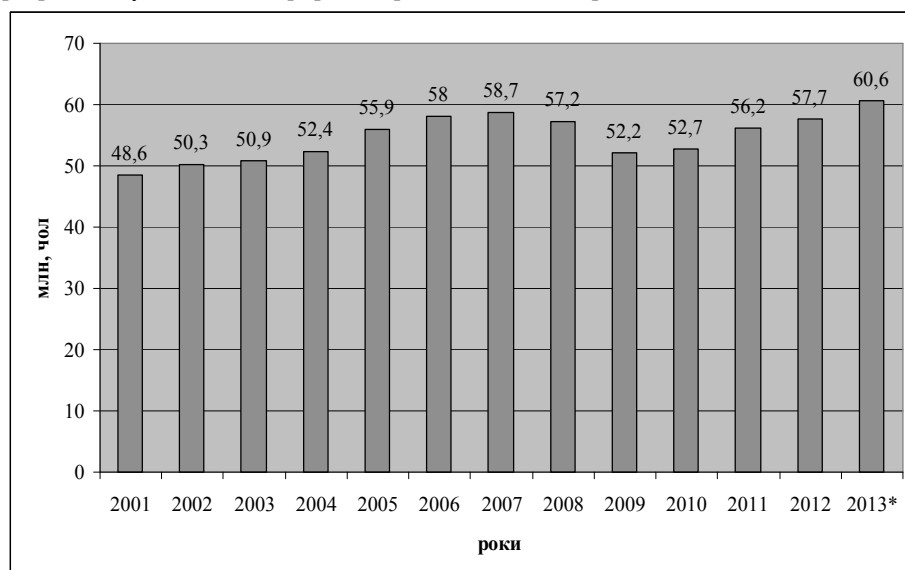


Рис. 1. Динаміка туристичних прибуттів 2001–2013 рр.
Складено автором за матеріалами: [16]

Індустрія подорожей виступає чинником розподілу робочої сили та створення робочих місць, збільшення питомої ваги сфери послуг у структурі ВВП, чинником впливу на платоспроможний попит на товари та послуги, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку та оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням іспанського народу.

Окрім того, Іспанія є абсолютним лідером серед країн, що входять в Організацію економічного співробітництва та розвитку, за кількістю іммігрантів, зайнятих у сфері туризму. Згідно зі статистичними даними міжнародної організації, 16,15 % від загальної кількості працівників, зайнятих в готельному і ресторанному бізнесі, становлять саме іммігранти [4, с. 67].

Утримання провідних позицій на міжнародному туристичному ринку

в умовах кризових трансформацій та загострення конкуренції, підтримка позитивного міжнародного іміджу країни, ефективне використання наявного туристично-рекреаційного потенціалу Іспанії є результатом системної дії поміркованої державної туристичної політики. Діяльність держави з розвитку туристичної індустрії надала підстави говорити про так звану «Іспанську модель туризму», яка успішно реалізується і в інших країнах.

Вже протягом багатьох років туристична індустрія Іспанії є об'єктом постійного активного державного регулювання. Ранні періоди характеризувалися експансивним характером політики в галузі туризму, головною метою якої було досягнення максимального росту туризму в кількісному вираженні на основі централізованого державного втручання. Питання планування та просування туристичних продуктів в межах територіально-адміністративних одиниць делегувалися Автономним Співтовариствам (*las Comunidades Autónomas*). Обов'язки, повноваження та завдання державних органів з туризму змінювалися та трансформувалися паралельно з історичними та економічними умовами розвитку країни. Такі передумови актуалізували необхідність координації дій у сфері туризму та його розвиток на основі таких індикаторів, як якість, стійкість, знання та інновації [4, с. 68 – 69].

На сучасному етапі інституціональне забезпечення розвитку туристичної галузі Іспанії має досить розгалужену структуру. Для Іспанії характерна європейська модель державного регулювання туристичної діяльності, головними рисами якої є вирішення питань розвитку туризму в межах певного багатогалузевого міністерства на рівні відповідного галузевого підрозділу (рис. 2).

Беручи до уваги низький рівень популяризації туристичного продукту України на зовнішніх ринках, особливу увагу привертає діяльність Інституту туризму Іспанії (TURESPAÑA), який є адміністративною одиницею центрального уряду, відповідальною за популяризацію Іспанії як туристичної дестинації. Для реалізації своїх функцій, Turespaña здійснює діяльність у таких напрямках:

- планування, розвиток і здійснення дій, спрямованих на просування іспанського туризму на міжнародних ринках;
- забезпечення маркетингової підтримки турпродукту Іспанії за кордоном;
- взаємодія з автономними регіонами, місцевими органами влади і приватним сектором;

– управління та просування потенційних індивідуальних туристичних місць проведення заходів, особливо Мадридського конгрес-центру;

– розробка стратегії дій та маркетингового плану для державної готельної мережі Paradores de Turismo de España.

Ця організація має широкую мережу інформаційних офісів в Іспанії та 33 представництва у різних країнах світу. Інститут повністю фінансується з держбюджету. Завдяки цьому Іспанія посідає перше місце у світі за обсягом річного бюджету, що витрачається на просування національного туристичного продукту за кордоном (табл. 2). Бюджет Turespaña на 2013 рік за попередніми оцінками склав 83, 04 млн євро [14].

Беручи до уваги той факт, що обсяги бюджетного фінансування туристичної галузі України не відповідають реальним потребам індустрії туризму, асигнування в туризм є нестабільними та неповними (практично відсутні бюджетні витрати на підготовку та підвищення кваліфікації фахівців, наукові дослідження, активну популяризацію вітчизняного туристичного продукту), функціонування такої структури, як Turespaña є показовою для нашої держави.

Таблиця 2

Бюджети національних органів управління туризмом (млн євро)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
TURESPAÑA	148,0	156,1	224,7	201,5	153,8	97,9
Державний Секретаріат з туризму	321,4	362,9	718,0	722,6	607,2	421,0

Джерело: [11]



Рис. 2. Структура державного управління туризмом Іспанії

Туристична діяльність на загальнодержавному рівні в Іспанії визначається Законом № 48/1963 «Про компетенцію у галузі туризму» та Декретом «Про діяльність приватних підприємств» від 14 січня 1965 р. Крім загальнодержавного, кожна з 17 автономій має власне законодавство з туризму, загальні положення якого відповідають вищевказаному Закону. Іспанське законодавство з туризму регулює відносини між туристом та продавцем туристичного продукту, умови, за яких фізичним та юридичним особам дозволяється займатися туристичною діяльністю, порядок надання туристичних послуг, заходи контролю з боку держави та санкції до порушників [12]. У квітні 1996 р. Парламент Іспанії затвердив Закон «Про комбіновані подорожі», яким було чітко визначено права та обов'язки як споживача, так і туристичного агентства.

Окрім того, на державному рівні прийнято низку програм з підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій Іспанії на основі положень стійкого розвитку: Комплексний план підвищення якості туризму Іспанії (Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICTE)) Національний план розвитку туризму на 2012–2015 роки (Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT)) та ін.

Перед туристичною індустрією будь-якої країни постають питання збалансованого розвитку, збереження культурно-історичної спадщини, задоволення диверсифікованих потреб споживачів відповідними спеціалізованими туристичними продуктами. Різноманіття видів туризму, які представлені в Іспанії, повністю відповідають поставленим завданням. Так, видовий туристичний асортимент Іспанії включає пляжний, культурно-пізнавальний, сільський, діловий, гастрономічний, спортивний, подієвий туризм тощо. Необхідно зазначити, що головна мета організації функціонування туристичного ринку Іспанії в останні роки є диверсифікація туристичної пропозиції, зміна парадигми сприйняття країни виключно як пляжної дестинації. Для реалізації поставленої мети були розроблено та реалізовано низку рекламних кампаній («Spain Marks», «Bravo Espana», «I need Spain» та ін.).

Ефективному використанню туристичних ресурсів Іспанії сприяє наявність відповідної розвинутої інфраструктури. Сектор розміщення представлений як класичними готелями, які мають міжнародну зіркову класифікацію, так і специфічні засоби розміщення (Рефужіос (Refugios), Фондас (Fondas), Пенсіонес (Pensiones) та Парадорес (Paradores)).

За даними Національного інституту статистики, у 2013 р. в країні налічувалось 14 785 підприємств готельного типу [10].

Якість іспанських готелів є всесвітньо визнаною. Готелі класифікуються за системою від однієї до п'яти зірок, а також є готелі Grand Luxe. Більшість готельного фонду припадає на ****, *** та ** зіркові готелі (рис. 3)

Серед класичних зіркових готелів найбільшим попитом користуються **** та *** зіркові готелі (близько 83 %) (рис. 4).

На особливу увагу заслуговує державна готельна мережа Paradores de Turismo de España. Це – державна компанія з обмеженою відповідальністю, основною функцією якої є управління 93 готельними установами, які здебільшого розміщені в історичних будівлях (замках, палацах, монастирях тощо). У континентальній Іспанії всі готелі ланцюга Paradores територіально сконцентровані на 8 основних туристичних маршрутах: «Шляхи Сант'яго», «Білі міста Андалузії», «Королівські монастирі», «Піренейський маршрут», «Зелена Іспанія», «Срібний

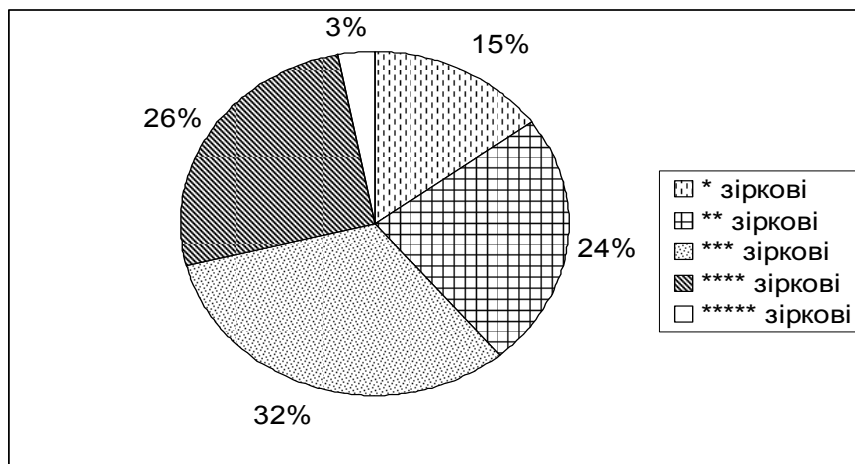


Рис. 3. Кількість зіркових готелів Іспанії у 2013 р.
Джерело: [10]

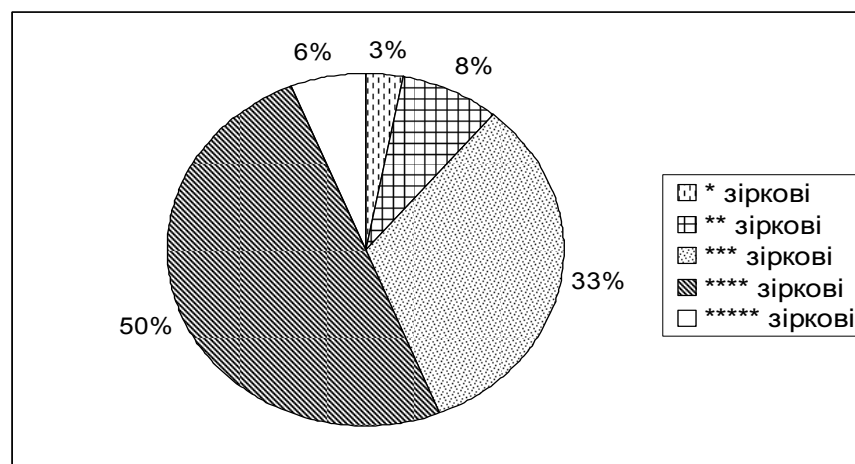


Рис. 4. Туристичний попит на послуги зіркових готелів у 2013 р.
Джерело: [10]

шлях», «Маестразго Рут» (по сільській місцевості і горам в провінції Арагон) і «Римська Андалусія». Всі маршрути охоплюють найбільш привабливі історико-культурні місця та об'єкти. У багатьох готелях цього ланцюга діють музеї, виставки, галереї. У деяких готелях до послуг клієнтів презентуються заняття кольоровою керамікою та інші ремесла [13].

Концепція Paradores de Turismo є не тільки дієвим інструментом для залучення туристів, а й прикладом успішного досвіду відновлення історичної спадщини Іспанії. Друге місце по створенню таких готелів в Європі займає Німеччина (група Schlosshotel).

Галузева організація туристичного процесу в Іспанії представлена діяльністю туристичних агенцій та туроператорів, таких як Transrutas, Iberojet, Sol Melia, Aviotel, Viajes PerTur, Arqueo Travel та ін., наявність яких є індикатором розвиненості туризму. Необхідно відзначити, що в 2011 р. чотирнадцять найбільших туроператорів і організацій у сфері туризму Іспанії приєдналися до Глобального етичного кодексу туризму на першому міжнародному Конгресі з питань етики туризму, який пройшов в Мадриді. До Кодексу приєдналися: Association of Hotel Chains of the Balearic Islands, Amadeus ITGroup, ASHOTEL: Spanish Federation of Tour Agents' Associations (Federaciyn Espacola de Asociaciones de Agencias de Viajes); Hotel Federation of Mallorca, Grupo Barcelly, Grupo Iberostar, Grupo LOPESAN; Iberia; LORO PARQUE; Melia Hotels International; National ATESA; NH Hotels; ORIZONIA. Більшість компаній також підписали Кодекс поведінки щодо захисту дітей від сексуальної експлуатації у сфері подорожей і туризму, зобов'язавшись узяти на себе проведення конкретних заходів [7].

Успішне функціонування туристичної системи країни, ефективне позиціонування на міжнародному ринку туристичних послуг неможливе без забезпечення належного рівня обслуговування, яке значною мірою визначається якістю підготовки кадрів.

Університети в Іспанії є основним типом вищих учбових закладів, частка яких складає 95 % від загальної кількості ВНЗ. Усі вони відрізняються між собою не тільки за профілем дисциплін, що вивчаються, але і за рівнем кваліфікації, яку можна здобути. У структуру університетів зазвичай входять також професійні школи різної спеціалізації (дизайн, готельний бізнес, мистецтво, бізнес-школи). Туризм в Іспанії вивчається в державних і приватних університетах, де студенти здобувають офіційну вищу освіту. Окрім того, знамениті курорти, такі як Канарські і Балеарські острови, все узбережжя – Коста-Бланка, Коста-дель-Соль, Коста-Брава забезпечують широкі можливості проходження практик під час навчання.

Найбільш відомі освітні установи знаходяться в Барселоні. Однією з найпопулярніших профільних шкіл вважають Escola Universitaria de Turisme Barcelona. Вона заснована в 1987 р. і стала відомою завдяки застосуванню новітніх технологій і сучасних освітніх методик, що гарантує високий рівень

знань, широкий професійний досвід випускників. Даний навчальний заклад вважається одним з кращих в Іспанії за співвідношенням «ціна – якість». Школа пропонує чотири програми професійної освіти в області туризму: 1) Grado Superior de Agencias de Viajes – випускник може працювати в туристичних агентствах і займатися формуванням комбінованих турів, підготовкою програм розвитку для туристичного бізнесу, а також управляти окремими департаментами компанії; 2) Grado Superior en Informacion y Comercializacion Turisticas – дозволяє займатися реалізацією турпродукта і управлінням інформацією, моніторингом ринку; 3) Grado Superior de Gestiy n de Alojamientos Turisticos – фахівець у галузі управління службою розміщення; 4) Grado Superior en Gestiy n Comercial y Marketing (комерційне управління і маркетинг) – фахівець з аналізу інформації, розробки і реалізації продукту, розрахунку цін, виконання плану продажів, розробки логістичних послуг [1, с. 183 – 184].

Barcelona Business School є приватним навчальним закладом, який надає знання в галузі управління та бізнесу за американською системою. В рамках спеціальностей вивчаються такі навчальні дисципліни, як інформаційні системи, основи маркетингу, фінанси, макроекономіка, мікроекономіка, статистика, менеджмент, іноземна мова, менеджмент в туризмі і готельному бізнесі, туризм через Інтернет та ін.

EUTDH або Університетська школа туризму і управління готелем при Автономному Університеті Барселони UAB. Курс за фахом «Управління готелем» займає 3 роки, та надає можливість ознайомитися та оволодіти останніми інноваціями у сфері готельної індустрії, пройти практику в провідних готельних мережах Іспанії [3].

Бізнес-школа EADA в Барселоні була заснована в 1957 р. і є однією з перших в Іспанії шкіл, які запропонували новий рівень навчання для професіоналів готельного бізнесу. Високий рівень освітніх програм школи підтверджений акредитацією EQUIS і AMBA. Подібної оцінки заслужили лише 60 бізнес-шкіл у всьому світі. У EADA готують фахівців з програм MBA.

Мадридський університет пропонує підготовку фахівців в галузі туризму за такими напрямками: «Управління туристичними підприємствами», «Виробництво і розподіл туристичної продукції», «Економіка туризму», «Операція і процес туристичного виробництва» та ін.

Одним з найкращих університетів, які здійснюють підготовку кадрів для туристичної галузі вважають також навчальні заклади Балеарських островів, Аліканте і Жирони.

На освітньому просторі Іспанії представлені відомі міжнародні школи з туристичного та готельного бізнесу. Одним з таких прикладів є Швейцарська школа Les Roches, яка розташована в престижному районі Lomas de Rio Verde у передмісті Marbella, в районі так званої «золотої милі», на відстані 2 км

від побережжя Середземного моря. Програма називається Post-Graduate Diploma in Hospitality Management. Унікальність цієї програми полягає в тому, що вона складається з одного семестру навчання і одного семестру практики (стажування). Навчання дуже інтенсивне. Тривалість даної програми – 1 рік, включаючи 6-місячне оплачуване стажування, під час якого студенти розвивають свої професійні навички, працюючи в ресторанах, готелях і багатьох інших компаніях як в Іспанії, так і в інших країнах світу. Навчання проводиться англійською мовою. Школи Les Roches мають престижну акредитацію NEASC (USA), так само є членом IHA (International Hotels Association), CHRIE (Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education), EUHOFA (International Association of Hotel Schools) тощо [1, с. 186 – 187].

Варто відзначити, що існують подвійні дипломи, наприклад, Мадридський Universidad Antonio de Nebrija пропонує диплом в туризмі і маркетингу; університет Кадіса дає диплом з туризму і економічних наук; grado (бакалавр) з туризму і журналістики в університеті Каміло Хосе Сіла та ін. [5].

Висновки. Таким чином, можна стверджувати, що професійна освіта в галузі туризму в Іспанії відповідає всім критеріям якості туристичної освіти, а кваліфікація фахівців дозволяє формувати конкурентоспроможний туристичний продукт.

Підсумовуючи зазначене вище, очевидним є той факт, що результатом вдалого поєднання всіх наведених компонентів туристичного комплексу Іспанії є високі позиції у рейтингу за показником Індексу конкурентоспроможності країни у сфері подорожей і туризму. За даними Індексу, Іспанія входить до 10 країн з найбільшими темпами розвитку туристичної індустрії. Країна продовжує лідувати за показниками наявності культурних ресурсів (проведення численних виставок та ярмарок, наявність великої кількості об'єктів Всесвітньої культурної спадщини, значний потенціал для проведення спортивних змагань). Іншою сильною стороною туристичної індустрії Іспанії є її інфраструктура: значний номерний фонд, розвинена система надання додаткових та супутніх туристичних послуг, розвинена мережа повітряного транспорту тощо. Також, за даними Світового Банку, умови ведення бізнесу в галузі стали більш сприятливими, цінова політика суб'єктів туристичного ринку – більш поміркована та прийнятна для різних споживчих сегментів. Така позитивна динаміка є, не в останню чергу, результатом комплексної державної політики в галузі туризму [15].

Отже, закордонний досвід організації туризму в Іспанії є позитивним та прийнятним для використання в процесі формування іміджу України як популярної на міжнародному ринку туристичної дестинації.

Список літератури

1. Кнодель Л. В. Система образования в сфере туризма в Испании / Л. В. Кнодель // Вісник Луганського національного університету імені Т. Шевченка. – 2012. – № 4 (239). – С. 181 – 190
2. Легорнев С. Ф. Туризм в экономике открытого типа / С. Ф. Легорнев, К. Лайк, Дж. Хьюз и др. // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 6. – 1994. – № 2. – С. 62–70.
3. Обучение гостиничному делу в Испании [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.city-of-hotels.ru/165/hotel-education/edu-spain.html>
4. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід : монографія / кол. авт., за ред. А. Ю. Парфіненка. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 280 с.
5. Подготовка специалистов по туризму и гостиничному делу в Испании [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://academspain.ru/2009/obuchenie_turism_ishpanii/
6. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку : монографія / за ред. проф. В. В. Александрова. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – 268 с.
7. Туроператоры Испании подписали Туристический Кодекс [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://travel.obozrevatel.com/family/turoperatoryi-ishpanii-podpisali-turisticheskij-kodeks.htm>
8. Управление индустрией туризма. Лучший опыт деятельности национальных организаций и агентств по туризму / Дж. Джон Леннон и др. ; пер. с англ. Ю. Г. Суворцева. – М. : Группа ИДТ, 2008. – 271 с.
9. Gobierno de Espana. La Moncloa [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.lamoncloa.gob.es/IDIOMAS/9/Gobierno/News/2013/20130122_tourism_data_2012.htm
10. Офіційний сайт Інститут національної статистики Іспанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ine.es/jaxi/tabla.do
11. Офіційний сайт міністерства економіки та фінансів Іспанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minesco.gob.es
12. Офіційний сайт Міністерства промисловості, енергетики та туризму Іспанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minetur.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx
13. Офіційний сайт Державної готельної мережі Paradores de Turismo de España [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.parador.es
14. Офіційний сайт Інституту туризму Іспанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.tourspain.es/es-es/Paginas/index.aspx
15. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.worldbank.org
16. Офіційний сайт Всесвітньої організації туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www2.unwto.org