

✦ Отримані в ході дослідження результати уможливають сформулювати наступні висновки:

1. Аналіз вітчизняних і зарубіжних досліджень дає підстави стверджувати про відсутність єдиного, загальноприйнятого визначення терміну адміністративна реформи.

Попри виявлені у проаналізованій літературі відмінності у визначеннях терміну адміністративної реформи, можна визначити спільні риси, які характеризують це поняття: по-перше, це здійснення перетворень у системі ДУ, як правило у сфері виконавчої влади; по-друге, вплив визначених політиками і урядовцями цих змін, спрямований на удосконалення системи ДУ, суспільний розвиток; по-третє, це перетворення ототожнюється з процесом, який відбувається безпосередньо у відповідь на виклики зовнішнього середовища.

2. Основними напрямками реформи є децентралізація влади, підвищення відповідальності управлінців, широке впровадження у практику діяльності державного суспільного сектору механізмів бізнес-стилю управління з широким використанням інформаційно-комунікаційних технологій, підвищення ролі недержавної форми контролю за якістю надання державних послуг, цільовим використанням бюджетних коштів.

3. Мета адміністративної реформи реалізується, якщо вона буде проводитись більш системно, супроводжуватись стабілізацією політико-адміністративних відносин, підтримуватись основними політичними силами та соціальними верствами суспільства.

Література.

1. Гончарук Н. Вітчизняний досвід здійснення адміністративної реформи в Україні / Наталія Гончарук // Публічне управління: теорія та практика : збірник наук. праць. Асоціація докторів з ДУ. – Х. : Видавництво «ДокНаукаДержУпр», 2010. – №2 – С. 11–17.

2. Державне управління : словник-довідник / [уклад. Бакуменко В.Д. та ін. ; за заг. редакцією Князева В.М., Бакуменка В.Д.] : – К. : Видавництво УАДУ, 2002. – 228 с.

3. Концепція адміністративної реформи в Україні // К. : Центр політ.-прав. реформ. 1998. – 62 с.

4. Сучасний стан, проблеми та перспективи трансформації державної влади та місцевого самоврядування і регіонального розвитку [Аналітична записка] – К. : Секретаріат Нац. Ради з питань державного будівництва, місцевого самоврядування і регіонального розвитку, 2005. – 30 с.

5. Державне управління та державна служба: [Словник-довідник] // Уклад. О. Ю. Оболенський, – К. : КНЕУ, 2005. – 480 с.

6. Указ Президента України від 9.12.2010 р. №1085/2010 «Про оптимізацію системи центральних органів виконавчої влади» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua

УДК 351.862.4:338.48(44)

Олексій Пеклун

МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ КРАЇНИ НА ПРИКЛАДІ ФРАНЦІЇ

Сьогодні світовий туризм, безумовно, зарекомендував себе як феномен XXI століття. На тлі швидкого розвитку таких галузей, як: хайтек, наукоємка, легка і важка промисловості, медицина, спорт, шоу-бізнес, сучасний туризм є не лише самостійною індустрією, але й основною складовою всіх вищеперелічених суб'єктів народного господарства.

В даний час індустріальну епоху, в якій основною цінністю був матеріальний добробут, змінює постіндустріальна епоха, де основною метою є враження і відчуття. Важливими чинниками, що впливають на розвиток туризму, є розвиток транспорту, зв'язку, зростаюча мобільність, урбанізація, скорочення робочого часу трудового населення, зростання суспільного багатства. Раніше люди подорожували з метою пізнання нових країн і саморозвитку, розширення кругозору, тепер туристична галузь поглиблюється в основні сфери життя: суспільну, культурну, релігійну та політичну.

Вітчизняна туристична галузь відіграє надзвичайно важливу роль у соціально-економічному житті країни. Зростає її статус та зацікавленість держави в подальшому розвитку галузі, посилюється вплив туризму практично на всі сфери життя і діяльності людини. Тому важливим є аналіз основних тенденцій в створенні державних важелів в туристичній галузі, їх модернізація, адаптація до світових тенденцій та національне застосування в країні.

Ключові слова: *візний туризм, візний туризм, державна програма розвитку території, Всесвітня туристична організація (ВТО).*

✦ Туризм як розвинена галузь почав виявлятися в XIX ст. більшою мірою завдяки процесам модернізації, які, власне, привели до виникнення індустріальних суспільств. Розквіт міжнародного туризму доводиться на початок 50-х рр. XX ст, коли туристичний обмін яскравіше проявився як вигляд міжнародних відносин, який стосується важливих сторін суспільного життя окремих держав, таким чином створювався фундамент для ефективної співпраці на міжнародному рівні. Друга половина XX ст. і перші роки XXI ст. характеризуються бурхливим розвитком туризму, про що красномовно свідчить більш ніж 280-кратне зростання доходів міжнародного туризму: у 1950 р. загальносвітові надходження від міжнародного туризму склали 2,1 млрд. дол., а в 2000 р. – 600,51 млрд [1]. Згідно з існуючими оцінками, до 2020 р. очікується збільшення надходжень від міжнародного туризму до 2 трлн дол. Подібні масштаби зростання обумовлюють збільшення зайнятості в цій сфері. Якщо в 1998 р. у сфері туризму було зайнято 115 млн чоловік, то до 2020 року прогнозується близько 550 млн робочих місць. При таких темпах розвитку не дивує пильна увага, яку приділяють туризму міжнародні організації, окремі держави і наукові дослідники. [2]

Туризм – складова частина успішної діяльності і престижу країни на міжнародній арені. Так, серед країн, які мають найбільший попит у туристів і відрізняються високою відвідуваністю слід зазначити Францію, оскільки

її ринок туризму значно відрізняється від туристичного ринку багатьох європейських країн.

Значною відмінністю є те, що всього лише близько 18% жителів країни відпочивають за кордоном. Ще одна відмінність: яскраво виражені періоди відпусток (шкільні канікули в липні та серпні, короткі різдвяні канікули, канікули в лютому та під час Великодня). Особливістю французьких туристів є перевага на користь трансферу на автомобілях (81% всіх внутрішніх туристів), також відслідковується така тенденція: переважно подорожують міські жителі. Відносно виїзного туризму, 5% французів подорожують по покедж-турах і 6% – авіатранспортом. У літній період 40% подорожей французів доводиться на Іспанію та Італію. З недавнього часу успіхом користуються країни Азії, Французькі острови Карібського басейну і Французька Полінезія. Найбільше число ділових подорожей доводиться на Німеччину і Велику Британію.

Кажучи про в'їзний туризм, слід зазначити, що з Німеччини прибуває до Франції 25% гостей. Також значна кількість туристів прибуває з Великої Британії, Бельгії, Італії, Швейцарії, Нідерландів і Іспанії.

Тож в кожній державі постає проблема раціональної розробки програми розвитку регіонів, адже саме такі довгострокові плани є запорукою успіху держави на світовому туристичному ринку.

Проблеми управління туристичною галуззю в Україні досліджували науковці: І. Гортенко, В. Гуляєв, В. Євдокименко, В. Кифяк, В. Мацала, Н. Кабушин, Ю. Лебединський.

Зокрема, І. Гортенко розглядає соціальні аспекти управління розвитку туризму в СРСР, Ю. Лебединський досліджує механізми управління Зеленим туризмом у сільській місцевості, В. Кияк досліджує питання особливостей управління рекреаційно-туристичною сферою в Україні.

В науковій літературі зустрічаються наукові висновки щодо механізмів розвитку регіонів, але виникає потреба на основі аналізу запропонованих джерел розробити модель розвитку регіону, користуючись прикладом конкретних заходів, що були запропоновані урядом іншої держави.

Метою даного дослідження є визначення тенденцій розвитку туристичної сфери в Україні, визначення її перспектив та пропонування механізмів вдосконалення державних механізмів на прикладі європейської країни.

Об'єктом дослідження є державні методи та засоби регулювання діяльності організацій в сфері туризму. Предметом дослідження є визначення проблемних питань щодо механізму державного регулювання діяльності організацій в сфері туризму.

На прикладі європейської країни в статті розглянуто механізми та засоби впливу державних органів на розвиток туристичної галузі. Були проаналізовані основні тенденції розвитку туристичної галузі Франції. Франція багата унікальними пам'ятниками і пам'ятками. У Франції налічується близько 40 тис. культурних пам'яток. Уявлення про багатство культурно-історичного потенціалу країни дає перелік об'єктів, занесених в Список унесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Національні традиції і обряди, ремесла, гастрономічне мистецтво, а також різні культурні події залучають велике число відвідувачів. Так, у Франції періодично проводять різні карнавали і фестивалі, свята. Поряд з природним і історико-цивілізаційними чинниками, важливою передумовою успішної туристської діяльності є високий рівень соціально-економічного розвитку країни.

Франція – одна з найрозвиненіших країн світу. Потужна індустрія і високотехнологічне виробництво дозволяють Франції створювати туристські проекти будь-якої складності і капіталомності [3]. Франція є лідером по кількості туристів, що приймаються, – щорік країну відвідують не менше 90 млн чоловік. Після Другої світової війни Франція відразу ж стала докладати зусилля до залучення іноземних туристів. Для цієї мети була розроблена і здійснена ціла низка заходів [4].

Франція стала першою країною в Європі, яка проголосила політику «відкритих дверей». Для туристів з низки країн були скасовані в'їзні візи. Готельне господарство стало активно відновлюватися. Був введений «туристський курс» обміну іноземної валюти, при проїзді по залізниці іноземним туристам надавалася знижка. Але, не дивлячись на пільги, Франція залишалася однією з «найдорожчих» країн для туристів. Через це з 60-х років сформувалася тенденція скорочення тривалості перебування іноземних туристів у Франції. Паралельно з цим процесом намітився ще один негативний для економіки країни процес: значно більше французів стали виїжджати за кордон, зростання туристичних витрат було вище, ніж приріст доходів від міжнародного туризму. Погіршення економічних показників туризму стало викликати серйозне занепокоєння уряду і ділових кіл Франції. Тому в програмі економічного і соціального розвитку на 1966–1970 рр. був відведений спеціальний розділ по заходах заборони зростання дефіциту туристського балансу. Був розроблений ряд заходів на залучення іноземних туристів і скорочення виїзду французьких туристів за кордон. Були відкриті нові учбові заклади з підготовки кадрів для індустрії туризму і готельного бізнесу, влада приділяла багато уваги і використовувала різноманітні засоби на поліпшення якості автомобільних доріг. Поліпшення автомобільних доріг, на думку розробників програми, повинне було стимулювати зростання туризму. Програма постійно модифікувалася (у 1969 і 1972 рр.), і її здійснення привело до помітного зростання кількості проведених туристичних турів у регіоні з 16 млн в 1968 р. до 39 млн в 1979 р., а загальна кількість прибуттів збільшилася з 30 тис. чоловік в 1960 р. до 5 млн чоловік в 1990 р. Уряд Франції, визнавши пріоритетність розвитку туризму для економіки регіону, зробив ризиковані капіталовкладення в розвиток мережі автомобільних доріг та екологію [5].

Таким чином, був прийнятий і реалізований план розвитку прибережного і сільського туризму на південно-західному узбережжі Франції. У 1967 р. урядом Франції був прийнятий план спільного розвитку сільської місцевості і туризму в Аквітанії. Фінансування плану здійснювалося приватним сектором, а координація розвитку покладалася на урядову комісію. Згідно з цим планом прибережний район розділявся на 16 секторів, з яких дев'ять повинні були розвиватися для туризму, тобто обладналися пляжі, зони відпочинку на озерах і місця розміщення для водних видів спорту. В останніх семи секторах, так званих зелених зонах, передбачалося зберегти ландшафт і дику природу. По цьому плану передбачалося: збереження вже існуючих курортів, таких як Аркашон і Біаріц, оновлення і розширення існуючих поселень, наприклад, Лакано, і, нарешті, побудова нових курортів, наприклад Молієц. Планування і будівництво нових засобів розміщення вироблялися з метою задоволення потреб внутрішнього туризму країни. До 1982 р. 28% місць для ночівель знаходилося в таборах відпочинку, а доля готелів і гостьових будинків складала всього 13%, тоді як 46% складала «вторинні» будинки.

З початком реалізації проекту туризм почав значно розвиватися, навіть в роки економічного спаду в 80-х роках.

У 1967 р. в Парижі було засновано «Суспільство з розвитку національного туризму» з метою відвернення французьких туристів від поїздок за кордон. У 70–80-ті рр. в'їзний туризм у Франції розвивався досить швидкими темпами. У 1985–1994 рр. середньорічний приріст туристських прибуттів склав 4,7%, а доходів – 13,1%. В даний час Франція має позитивне туристичне сальдо. У країні створена сучасна індустрія туризму. Після прийняття Шенгенської угоди і відміни візового режиму між країнами Об'єднаної Європи все більше туристів вважає за краще відвідувати Францію у вихідні дні, а тривалі відпустки проводити в інших країнах. Французька економіка активно застосовує державне регулювання з метою розвитку регіональних економік, систематично розвиває сільську місцевість для прийому гостей. Наприклад, в Аквітанії, частини Центрального масиву і до Лангедок-Руссильон.

Прикладом державного розвитку території може служити схема розвитку промислового регіону – міста Амневіля, що раніше був суто шахтарським містом, розташованим на північному сході Франції з чисельністю 10 тисяч жителів. У 1960 році промислові ресурси регіону вичерпалися, за цим послідувала криза. Ряд заходів по виробленню корисних копалин спричинили виснаження мінеральної бази і в результаті почалася криза в допоміжних галузях. Раніше місто було задіяне лише в металургії, проте державна влада вирішила розвивати туризм з метою підняття добробуту регіону.

Дану програму необхідно було розробити, враховуючи, що в районі були лише промислові підприємства. Таким чином, було прийнято рішення в першу чергу привести до ладу зелені зони міста: був побудований критий каток. Дана акція відразу привернула увагу туристів. Наступним кроком був пошук термальних джерел. У 1969 році в Амневілі була знайдена ділянка з гарячою мінеральною водою, приблизно 52°. На сьогоднішній день довкола нього побудовано декілька розважальних комплексів, казино, що приносить до бюджету міста біля 16 млн євро. На будівництво казино адміністрацією міста було виділено 35 млн євро і на сьогоднішній день воно є другим найкрупнішим казино у Франції.

Таким чином, з 1964 року в місті почався новий рівень розвитку, регіон був обраний туристичним інноваційним центром по навчанню фахівців з програм розвитку туризму і територіального управління. На території Амневіля в даний час побудовані великі торговельні центри, готелі, кінотеатри, штучний гірськолижний спуск. Є перспектива створення аква-дрома, що імітує тропічний пляж [6].

Система державного регулювання туристської діяльності у Франції має складну організаційну структуру. Її очолює міністр туризму, наділений аудиторськими і контрольними повноваженнями. Йому підкоряється Генеральна інспекція по туризму. Вона виконує представницькі функції, контролює роботу іноземних туристських офісів у Франції і французьких – за кордоном, здійснює нагляд за діяльністю інших туристських організацій, а також відстежує ситуацію на французькому і зарубіжних туристських ринках. При міністрові туризму утворений Національний радий з туризму у складі 200 чоловік. Цей консультативний орган об'єднує представників галузі, граючи важливу консолідуючу роль. Він виконує наглядову, дорадчу і погоджувальну функції. Національна рада бере участь в розробці державної політики, обговоренні проектів, законодавчих актів і інших питань в галузі туризму. Неодноразові управлінські

реформи у Франції увінчалися розділенням функцій контролю і виконання в галузі туризму. Для втілення в життя основних напрямів розвитку туризму у Франції, визначуваних міністром туризму, створена національна туристська адміністрація – Управління туризму і його підрозділу на місцях. Управління розробляє і проводить державну політику в галузі туризму. Воно, зокрема, регламентує туристську діяльність на основі спеціальних нормативних документів (положення про класифікацію туристських об'єктів і ін.), здійснює збір, систематизацію і поширення статистичної інформації про туризм, реалізує соціальні програми по забезпеченню відпочинку населення, зайнятості у сфері туризму і підготовці кадрів для туристської індустрії, координує діяльність різних туристських організацій.

Серед організацій, що вносять великий вклад до розвитку національного туризму, важливе місце займає «Будинок Франції». Він був створений в 1987 р. під керівництвом міністра туризму. Особлива форма його організації – об'єднання з економічною метою – вибрана не випадково. Держава, приватні підприємства і асоціації туристської індустрії і інших галузей – всі вони керуються загальним економічним інтересом в розширенні внутрішніх і в'їзних туристських потоків і, як наслідок, збільшенні доходів від туризму. Для цього вони сконцентрували сили і засоби в «Будинку Франції» на принципах державно-приватного партнерства.

Був розроблений логотип марки, що відобразив головну ідею, – Франція в центрі боротьби за якість обслуговування. Він виконаний у вигляді «Q» – початкової букви слова «якість» (qualite), в центр якої поміщений контур країни. Марка якості привласнюється підприємствам туристської індустрії, які дотримують санітарні норми і правила безпеки, відповідають встановленим класифікаційним вимогам, удаються до незалежних зовнішніх аудиторських перевірок якості обслуговування, виконують національні добровільно узяті зобов'язання (всього їх 96) по підвищенню якості, відповідним чином реагують на реклаमाції клієнтів. Марка якості привласнюється міністром туризму за уявленням відбіркової комісії. Діяльність туристських підприємств, що діють під маркою якості, строго контролюється. Окрім незалежних аудиторських перевірок, які організовують самі підприємства як неодмінну умову для здобуття відмітного знаку, держава, зі свого боку, здійснює контроль, і в разі невідповідності встановленим вимогам, може позбавити підприємство марки. Марку якості мають готелі трьох міжнародних брендів «Ібіс», «Меркур» і «Новотель», Національна федерація засобів розміщення «Ложі де Франс», Асоціація рестораторів Франції та ін.

2003 р. французький уряд прийняв національну стратегію стійкого розвитку, складовою частиною якої є стійкий розвиток туризму. У цьому контексті проблема якості в туризмі набуває ширшого сенсу: здобуття соціальних і економічних ефектів від туристської діяльності при раціональному використанні природних ресурсів і зниженні збитку довкіллю. Робота в цьому напрямі почалася ще в 2000 р, коли Франція була головою в Євросоюзі. Тоді на загальноєвропейському рівні було прийнято рішення про тіснішу кооперацію 15 країн – членів ЄС в цілях стійкого розвитку туризму і реалізації відповідних пілотних проектів в містах, гірських і приморських курортах, сільських місцевостях. Починаючи з 2002 р., щороку проводиться європейський форум з туризму, на якому обговорюються ініціативи і налагоджується діалог між державним і приватним секторами в галузі стійкого розвитку туризму.

На локальному рівні держава всемірно заохочує місцеві ініціативи і проекти туристського облаштування територій, які розраховані на залучення внутрішніх і іноземних відвідувачів і базуються на принципі якості. Важливим напрямом державної політики в галузі туризму є створення позитивного образу країни як туристського напрямку і його просування на світовому ринку подорожей. У Франції ці завдання вирішуються за допомогою підвищення якості туристських продуктів, з якою повинен асоціюватися образ цієї країни. Така ідея закладена в маркетинговій стратегії на 2005–2010 рр. розробленої «Будинком Франції». Окрім маркетингової стратегії, «Будинок Франції» відновив акції та кампанії, що проводилися ним. Одна з них – компанія «Ласкаво просимо у Францію», направлена на залучення іноземних туристів. Інша акція націлена на просування приморських районів Франції як усередині країни, так і за її межами. Франція є одним з ініціаторів створення Євро-союзу. Розширення і поглиблення інтеграційних процесів стало потужним чинником розвитку туризму в регіоні і модернізації французької індустрії туризму. Перехід на єдину європейську валюту – євро надав сильний вплив на розвиток французького туристського ринку. Франція була в числі 12 країн, що утворили Єврозону. Ця зона в 2000 р. охопила ринок з більш ніж 300 млн потенційних споживачів туристських продуктів і 1,8 млн туристських ночівель.

Франція розвиває міжнародну співпрацю по декількох напрямках: в галузі організації і регулювання туристської діяльності, у сфері професійної туристської освіти, у сфері економіки туризму, в галузі просування Франції на туристському ринку. Франція грає видну роль в міжнародних організаціях, особливо ЮНВТО і Міжнародному бюро по соціальному туризму (БІТСІВ). У країні створена сучасна інфраструктура туризму. Налічується близько 197 тис. підприємств туристського профілю, у тому числі 39 тис. готелів і інших засобів колективного розміщення, 106 тис. ресторанів, 47 тис. кафе, 4 тис. турагентств. У туристський сектор вкладаються значні інвестиції, основна частина яких була направлена в готельно-ресторанний комплекс.

Французька модель розвитку туризму

При характеристиці розвитку туристичного ринку у Франції слід зазначити основну особливість: горизонтальна інтеграція капіталу на ринку. Таким чином, процеси концентрації і централізації капіталу на національному і міжнародному рівні збігаються з інтернаціоналізацією виробництва і капіталу в туризмі. Такий синергетичний ефект привів до того, що стали утворюватися масштабні туристичні транснаціональні компанії, які укріпили свої позиції на глобальному рівні. Основою інтеграції у Франції з'явилися засоби розміщення. Французька модель організації відпочинку отримала відповідне втілення в «Середземноморському клубі» — ланцюгу туристських сіл, що створюють атмосферу єдиного простору і взаєморозуміння для туристів, при цьому забезпечується якісний рівень обслуговування, надається широкий вибір спортивних видів відпочинку, і сервіс забезпечується за принципом «все включено». Компанія має в своєму розпорядженні 130 клубних готелів і мережу обслуговуючих турагентств.

⚡ Регулювання туристичної галузі в більшості країн світу здійснюється державним сектором за участю приватного. Результати досліджень, проведених Всесвітньою туристичною організацією (ВТО), показали, що участь приватних структур в процесі розвитку міжнародного туризму при активній їх підтримці з

боку держави постійно збільшується. Дія і підтримка з боку державних органів різних рівнів є визначальним чинником в становленні організаційно-економічного механізму управління сферою туризму. Будь-які зміни і нововведення в цій галузі, які дістають схвалення і підтримку державної влади мають шанс на успіх і на ефективне впровадження. Кажучи про державну підтримку туристичних програм, слід зазначити Францію, яка раціонально використовує наявні ресурси і розробляє програми розвитку туристичної галузі, орієнтуючись на сприяння держави. У Франції існують всі необхідні ресурси для розвитку туризму і залучення різних груп туристів. Країна може запропонувати гостям і багату культурно-історичну спадщину, і широку рекреаційну базу для родинного відпочинку, розважальні тури і забезпечити бізнес-туризм. Для забезпечення надання гостям країни всіх перерахованих туристичних продуктів держава забезпечує фінансову підтримку туристичному сектору, соціальні реформи, підтримку державним підприємствам, які мають безпосереднє відношення до туристичної сфери. Зараз Франція сама відвідувана країна в світі.

За конкурентних умов, що склалися, на міжнародному ринку перед Францією постало завдання завоювати нові категорії туристів, у тому числі транзитних туристів які слідує до Іспанії, Португалії і Італії через територію Франції. У програмах розвитку туристичного напрямку Франції опиняється потужна державна підтримка і відбувається сприяння органів державної влади в просуванні національного туристичного продукту за кордоном. Для досягнення цих цілей вже були зроблені заходи: були визначені туристські ринки, на які Франція планує орієнтуватися, розробляються і застосовуються заходи їх освоєння, а також значно розширився асортимент пропонованих туристичних послуг. Так, до відповідних регіонів відносяться: Південна Америка, Центрально-східна Європа і Росія, Азія (Китай, Індія, країни Південно-східної Азії) Близькій Схід, ПАР, до продуктів – діловий туризм, природоорієнтований туризм, культурно-пізнавальний туризм, спеціальні види туризму.

Література.

1. Современный туризм как феномен XXI века [електронний ресурс] // <http://www.prichal.com/phpnuke/node/1913>.
2. Государственное регулирование развития индустрии туризма [електронний ресурс] // http://bankrobot.com/work/work_67984.html.
3. Организация туризма во Франции [електронний ресурс] // <http://touristsnotes.net>.
4. Организация туризма во Франции [електронний ресурс] // <http://www.alpedufrance.ru>.
5. Папирян Г.А. Маркетинг в туризме [електронний ресурс] - // http://tourlib.net/books_tourism/papiran5.htm.
6. Агентство нефтегазовой информации [електронний ресурс] // <http://www.angi.ru/print.shtml?oid=2766906#top>.
7. Отдых во Франции [електронний ресурс] // <http://www.tour-defrance.ru>
8. Жизнь во Франции [електронний ресурс] // <http://www.infrance.ru>
9. Парфиненко А. Ю. Туристический имидж как источник конкурентоспособности региона. // Материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 17-19 нояб. 2009 г.): в 2 ч., отв. Ред. Г. И. Ткаченко. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2009. – Ч. 2. – С. 257–262.