

Основные научные направления в исследовании проблем обеспечения конкурентоспособности туристско-рекреационной отрасли и санаторно-курортных услуг

М.В.Россинская, Е.А.Лосевская, А.С.Сидоренко

В последнее время наметилась тенденция к увеличению потребности населения в услугах туристско-рекреационной сферы. Эффективному развитию данной сферы услуг препятствует множество проблем, таких как изношенность материально-технической базы, неразвитость соответствующих инфраструктур, слабый и несоответствующий современным требованиям менеджмент, высокие цены, некачественный сервис и главная проблема – это высокая конкуренция на данном рынке.

Создание конкурентных преимуществ в настоящее время является одной из главных задач сферы рекреационно-туристских услуг. Конкурентоспособные предприятия обеспечивают необходимый фундамент для повышения отраслевой и региональной конкурентоспособности [1 - 3]. При этом в сфере рекреационно-туристских услуг ключевым фактором конкурентоспособности становятся трудовые ресурсы.

Развитию теории конкурентоспособности на различных уровнях экономики посвящен ряд работ профессора Савельевой Н.А., которые можно применить для модернизации туристско-рекреационной отрасли.

В работе «Глобализация как фактор повышения отраслевой конкурентоспособности», отражена глобализация как фактор отраслевой конкурентоспособности, исследованы источники конкурентоспособности, обеспечиваемые глобализацией [4]. В исследовании «Формирование конкурентоспособности на мезоуровне» [5] достаточно глубоко проработаны вопросы построения системы формирования конкурентоспособности отрасли, выполненного в трех срезax: функционально-структурное,

объектно-структурное и параметрическое описание. Особенностью авторского подхода является использование в качестве параметрического описания системы методики оценки конкурентоспособности отрасли. При этом была построена концептуальная модель методологии оценки отраслевой конкурентоспособности, на основе которой может формироваться семейство конкретных методик, отражающих особенности субъекта и целей оценки, в том числе и применительно к сфере туризма и рекреации. Данная модель может быть использована и при построении методики оценки конкурентоспособности на уровне фирмы, что нашло отражение в работе [6] и может быть легко адаптировано к условиям туристско-рекреационной сферы.

Оригинальность авторского подхода прослеживается при разработке методологии исследования отраслевой конкурентоспособности. В основу методологии положен анализ сформированной системы обеспечения конкурентоспособности отрасли. С учетом данного подхода построена методика отраслевого анализа, нацеленного на конкурентоспособность. В частности, принцип системного подхода был положен автором работы в основу конкурентного анализа и анализа конкурентных преимуществ.

В работах «Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятия», «Стратегический менеджмент», «Управление конкурентоспособностью фирмы» [7 - 9] изложены теоретические основы стратегического управления конкурентоспособностью как на уровне отдельных фирм, так и отрасли в целом. Опираясь на теоретико-методологические подходы автора можно перенести теорию на туристско-рекреационную отрасль и применить технологии стратегического управления конкурентоспособностью к условиям предприятий данной сферы. В работах «Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятий розничной торговли», «Конкурентоспособность предприятий сферы услуг строительного дизайна», «Совершенствование отраслевого управления в сфере строительного дизайна», «Система показателей мониторинга

конкурентной среды сферы строительного дизайна» [10 - 13] достаточно глубоко исследуются вопросы стратегического сегментирования конкурентов и выбора конкурентных стратегий на отраслевых рынках услуг строительного дизайна и розничной торговли. Обосновываются методические подходы к формированию барьеров стратегического группирования конкурентов, выделению групп конкурентов на соответствующих отраслевых рынках, даются рекомендации для каждой стратегической группы по выбору оптимальных конкурентных стратегий. Предложенные авторами данных публикаций теоретико-методологические подходы легко адаптируются к условиям туристско-рекреационной сферы, что позволит поднять уровень конкурентоспособности как отдельных фирм, так и отрасли в целом.

Практические аспекты обеспечения конкурентоспособности производства на основе технологий бенчмаркинга, изложенные в монографическом исследовании [14] можно переложить на туристско-рекреационную отрасль.

Ряд новых подходов в исследовании проблем конкурентоспособности нашел отражение в работах Зеленской О.А. Так, в работе «Формулирование новой парадигмы конкурентоспособности: кластерно-сетевой подход» [15] даны формулировки новой парадигмы конкурентоспособности промышленных кластеров, для реализации описанной парадигмы развития и повышения конкурентоспособности на основе кластеризации описана необходимость решения определенных исследовательских задач.

В исследовании «Конкурентоспособность и экономическая устойчивость предприятия: информационно-экономические аспекты управления» [16] можно подчеркнуть неопределимый вклад автора в развитие теории управления конкурентоспособностью и устойчивостью предприятия в современных условиях, обусловленных действием факторов глобализации, информатизации экономики, последствиями глобального финансового кризиса и системного кризиса российской экономики. Интересен подход

автора к оценке уровня конкурентоспособности предприятия и управлению информационными ресурсами и потоками, связанными с обеспечением конкурентоспособности. В работе указанного автора «Устойчивость развития предприятия как фактор его конкурентоспособности» [17] анализируются особенности процессов управления конкурентоспособностью и экономической устойчивостью промышленных предприятий. Особое внимание уделено проблемам формирования системы управления последней для промышленных предприятий, что может быть применено для организаций туристско-рекреационной отрасли.

В работе «Управление конкурентоспособностью предприятий: информационный и стоимостный подходы» [18] подчеркивается важность и излагаются особенности управления конкурентоспособностью предприятия в условиях информатизации экономической деятельности, сделан анализ известных подходов к управлению информацией, необходимой для обеспечения конкурентоспособности. Сделан вывод о том, что применительно к условиям управления конкурентоспособностью требуется стоимостная оценка информации, необходимой для поддержания и развития конкурентных преимуществ, что можно успешно применить при исследовании конкурентоспособности туристско-рекреационной отрасли.

Особенности развития предприятий и бизнес-групп и интересы их стейкхолдеров в условиях экономической консолидации в современной России показаны в работе «Развитие производства и интересы стейкхолдеров в условиях формирования конкурентоспособных кластеров промышленности» [19]. Отмечается, что их инвестиционная стратегия должна опираться на анализ тенденций, складывающихся в технике, технологии и тенденций, проявляющихся в деловых циклах, а критерии эффективности той или иной стратегии могут быть сформированы на основе стоимостных и информационных характеристик, что с успехом можно применить для предприятий туристско-рекреационной отрасли.

В исследовании «Коммерциализация технологий и конкурентоспособность отечественных предприятий» [20] проведен анализ мирового опыта инновационной деятельности, дана оценка ее влияния на конкурентоспособность предприятий. На этой основе для российской экономики обоснована перспективность стратегии опережающей коммерциализации научных открытий. В другой работе автора «Проблемы и возможности формирования конкурентоспособных кластеров как метода активизации инновационных процессов» [21] описана методика организации государственной поддержки развития кластеров, в частности – алгоритм определения конкурентоспособности кластера, определение точки невозврата для предприятий-участников кластера и методика отнесения кластера к инновационным, что может найти прямое отражение при исследовании конкурентоспособности туристско-рекреационной отрасли.

В работах Ветитнева А.М. отображены сбалансированные оценки конкурентоспособности санаторно-курортных организаций [22] и управление на основе комплексного анализа конкурентоспособности курортных территорий [23]. Данные работы полностью отражают необходимость проведения исследований конкурентоспособности санаторно-курортных организаций как неотъемлемой части туристско-рекреационной отрасли.

В туристско-рекреационной отрасли появился новый вид туризма – аграрный, но он уже испытывает давление со стороны конкуренции. Для того, чтобы оставаться на плаву в данной сфере необходимо исследовать конкурентоспособность в данном направлении. В развитии этого направления можно выделить исследования Бокова М.А. «Проблемы и пути повышения конкурентоспособности аграрного туризма» [24]. В данной работе отражены проблемы совершенствования действующих и разработки новых подходов, методов и моделей в сфере агротуризма, которые бы, с одной стороны, учитывали имеющиеся общетеоретические наработки решения данной проблемы, а с другой - позволили найти их практическое применение в конкретных макро-, микро- и субъектных условиях.

Для успешной работы туристско-рекреационной отрасли необходимы высококвалифицированные кадры. Отражение данной проблемы нашло в трудах Романовой Г.М.:

- «Организация процесса подготовки кадров для сферы гостеприимства с помощью сетевого взаимодействия вузов в целях проведения крупных массовых мероприятий (на примере олимпийских игр 2014 года в г. Сочи)» [25], здесь отражены основные проблемы подбора кадрового потенциала для туристской отрасли;

- «О некоторых проблемах кадрового обеспечения эксплуатации олимпийских объектов» [26]. В настоящее время на территории прибрежного кластера завершено строительство спортивных олимпийских объектов: ледового дворца, большой ледовой арены. Для дальнейшей эффективной эксплуатации ледовых арен спортивных олимпийских объектов потребуется подготовить высококвалифицированные кадры по достаточно редким специальностям и специализациям [27].

При оценке конкурентоспособности персонала туристско-рекреационной отрасли будет полезна методика, предложенная Шаповаловым В.И. в труде «Проблема конкурентоспособности в управлении персоналом организации» [28].

Особое внимание при исследовании проблем туристско-рекреационной отрасли необходимо уделить качеству оказываемых услуг. Данная проблема нашла свое отражение в трудах Ветитнева А.М. Автор проводит оценку качества услуг с разных позиций. В работе «Оценка имиджа и качества услуг персоналом санаторно-курортной организации» [29] исследуется влияние персонала на имидж и качество предоставляемых услуг. В исследовании «Изучение совместной удовлетворенности взрослых и детей качеством санаторно-курортного лечения» [30] приводится модель оценки качества детских лечебно-оздоровительных услуг и ее апробация на базе одного из детских санаториев курорта Анапа. Выявлено, что выбор формы отдыха был связан с уровнем дохода родителей, зависел от возраста родителей и

источника информации о здравнице. К факторам выбора конкретной здравницы можно отнести приемлемые цены и рекомендации друзей. Суммарная удовлетворенность детей качеством обслуживания в санатории была несколько выше, чем у родителей. На восприятие родителями качества сервиса влияли уровень дохода, пол респондентов и тип источника информации о санатории. Более высокая удовлетворенность респондентов санаторным обслуживанием определяла формирование их лояльности к данной здравнице. Выявлено взаимовлияние показателей удовлетворенности родителей и их детей.

Научный труд «Концептуальные подходы к потребительской оценке качества санаторно-курортных услуг» [31] посвящён подходам к оценке качества санаторно-курортных услуг с позиций потребителей. Рассмотрены современные модели качества в сфере услуг, предложена авторская структурная модель оценки качества на основе определения удовлетворенности и лояльности потребителя. Рассмотрены факторы, влияющие на указанные параметры.

Одним из главных мотивов туризма является желание получить качественные услуги досуга и развлечения на курорте. Впечатления, положительные эмоции и острые ощущения влияют на итоговую оценку качества отдыха в целом. В курортных городах туристы являются основными потребителями предлагаемых услуг [32]. Конечная оценка удовлетворенности качеством санаторно-курортных услуг должна оканчиваться построением модели удовлетворенности потребителей [33].

Туристско-рекреационная отрасль отличается довольно высокой ценой на услуги, которые реализуются в ней. Процесс определения цены и ценовых стратегий являются неотъемлемой частью работы отрасли. Активное изучение данного направления представлено в работах Ветитнева А.М. [34 - 36], посвящённым методам ценообразования, применяемым в работе санаторно-курортных учреждений, а также вопросам потребительской оценки стоимости санаторно-курортных услуг,

формированию ценовой политики и вариантам ценовых стратегий в деятельности санаторно-курортных организаций.

Ценовая стратегия санаторно-курортной организации (СКО) является одной из форм реализации общей стратегии предприятия и стратегии маркетинга [37]. При формировании рыночных стратегий целесообразно исходить из оценки основных рыночно-экономических факторов и анализа существующего потенциала стратегического успеха, который включает имидж СКО, качество обслуживания рекреантов, разработку новых технологий и видов санаторно-курортного продукта, развитие организационной структуры фирмы, систему реализации путевок, основной контингент клиентуры. Рыночная стратегия включает в себя, как правило, все инструменты маркетинга, образуя комплекс мер, направленных на достижение поставленных целей. Тем самым стратегия выступает принципиальной, исходной позицией организации и одновременно руководством к действию. Основная общая цель функционирования организации на рынке обозначается как ее миссия. Цели вырабатываются для реализации этой миссии. Поставленные цели служат критериями для всего процесса принятия управленческих решений.

Санаторно-курортный потенциал активно исследуется в работах [38] и определяется как часть санаторно-курортных ресурсов, которая может быть использована человеком для отдыха без нанесения ущерба [39].

Функционирование такого вида российского бизнеса как туризм, способствует развитию таких секторов экономики как транспорт, связь, торговля, строительство, это в свою очередь положительно сказывается на бюджете страны. Туризм способствует улучшению социальных условий и повышению покупательской способности населения, подъему науки, культуры и общей экономической конъюнктуры.

Только через грамотное планирование индустрия туризма может удовлетворять потребности потребителя, координировать программы и

развиваться с наибольшей отдачей, минимизируя при этом социальные и экологические проблемы [40].

Современное состояние санаторно-курортного комплекса, дано в работах Романовой Г.М., Ветитнева А.М., в которых исследуется адаптация отечественного санаторно-курортного комплекса к рыночным условиям, проявляющаяся в умеренном росте числа курортников, выраженной сезонности оказания услуг, улучшении инвестиционного климата. Выделены две модели управления: коммерческая и социальная. Проведена оценка состояния рынка лечебно-оздоровительного туризма. Определена роль персонала в управлении качеством санаторно-курортных услуг. За последние четыре года существенно возросло число курортных организаций, использующих собственные сайты, причем уровень обеспеченности сайтами зависел от размера, сервисной специализации, классности и расположения курортных объектов [40 - 46].

Еще с начала XIX в., когда в России появились первые курорты, вопросам организации отдыха и развлечений туристов уделялось большое внимание. Возникновение курортной индустрии на Черноморском побережье Российской империи началось немного позже. Исторические источники оставили интересные данные о том, как проводили свое свободное время местные жители и отдыхающие [47]. Изучение опыта прошлого помогает по-новому взглянуть на генезис индустрии отдыха и развлечений на курортных территориях, выявить закономерности ее формирования с учетом особенностей дестинаций [48].

Изучение мнения туристов об организации отдыха на курортах, опрос владельцев индивидуальных средств размещения и кемпингов как один из методов исследования ситуации на рынке туристских услуг и корректировки политики в этой сфере с учетом мнений потребителей турпродукта представлены в работах [49 - 52]. Учеными были выявлены тенденции спроса, основные факторы потребительского выбора, уровень приверженности к отечественным местам отдыха, причины посещения

зарубежных курортов и проведен анализ демографических характеристик потребителей туристского продукта.

В результате анализ установлено, что в качестве источника информации о курорте Интернет занимает одну из ведущих позиций, а частота получения информации о курорте через Интернет статистически достоверно убывает с возрастом и зависит от стажа пользователя [53]. Статистическое исследование является одним из достоверных методов научного познания в индустрии туризма, отдыха и развлечений [54]. Запросы потребителей туристских услуг становятся чрезвычайно индивидуализированными, а рынки разнообразными по структуре. Оптимальным в управлении предприятием индустрии туризма становится маркетинговая концепция как системная концепция использования современных методов управления на предприятиях индустрии туризма. Вместе с тем процесс управления маркетингом охватывает такие стороны деятельности фирмы, как организация сбыта и его стимулирование, рекламные кампании и исследование маркетинга, управления товарами и ценообразование, другими словами можно сказать, что элементами управления маркетингом являются исследование и анализ рыночной среды, ценовая политика, сбытовая политика, ассортиментная политика [55].

Примером значительного воздействия внешних факторов на сбытовую политику предприятий индустрии туризма является стремительное внедрение научно-технического прогресса в практику. Распространение компьютеров привело к развитию нетрадиционных форм продаж рекреационных услуг, таких, как электронное бронирование, Интернет-магазин, продажа он-лайн и т.д. Отмечаются и анализируются и другие факторы, влияющие на объемы продаж, такие, как деятельность конкурентов, воздействующих на возможности и ограничение объема продаж. А на выбор посредников серьезное влияние оказывает и группа внутренних факторов [56].

За время существования индустрии туризма в рыночных условиях РФ накоплен определенный опыт развития туристского бизнеса, но тем не менее, этот вид бизнеса сталкивается со множеством проблем: недостаточный объем притока инвестиций, слабая нормативно-правовая база, отсутствие конкретных планов развития этой отрасли в экономике. Не мало важной проблемой развития российского туризма является отсутствие необходимых учебных заведений для подготовки высококвалифицированных кадров [57]. В настоящее время отсутствует методика, позволяющая комплексно оценить риски инвестиционно-инновационной деятельности, и это является одной из проблем современного риск-ориентированного аудита [58]. Риски инвестиций туристской индустрии имеют неоднозначную природу и образуются под воздействием множества факторов как внутренней, так и внешней среды [59]. Для их оценки и нейтрализации необходима глубоко разработанная методика аудита системного изучения инновационного потенциала и инвестиционной активности, определения результатов и эффективности инвестиционной деятельности, выявления факторов, способствующих и сдерживающих инвестиционно-инновационное развитие предприятий туристской индустрии [60]. Для осуществления проверки в этой области деятельности необходимо своевременно выявлять комплекс возможных причин рисков, соблюдение базовых принципов инвестиций и выбор правильности источников финансирования. На этой основе следует разрабатывать частные методики аудита и анализа, оценивать влияние рисков на результаты деятельности туристских фирм.

Подводя итог, можно утверждать, что развитие туризма все более приобретает социально-экономический характер. Столь быстрое развитие туристской отрасли связано с расширением политических, экономических, научных, культурных связей между государствами и внутри страны.

Список литературы:

1. Serageldin, I. (Eds). Making Development Sustainable. From Concepts to Action / I. Serageldin, A. Steer // Environmentally Sustainable Development Occasional Paper Series. № 2. The World Bank. Washington: D.C., 1994. 340 p.
2. Lambert C., Sponem S. Roles, Authority and Involvement of the Management Accounting Function: A Multiple Case-study Perspective. European Accounting Review. Sep. 2012, Vol. 21 Issue 3, p. 565-568.
3. Moore J.F. The Death of Competition. – N.Y.: Harper Business, 1996. 297 p.
4. Савельева Н.А., Кешищян Г.С., Гургуцова Т.А. Глобализация как фактор повышения отраслевой конкурентоспособности // Сборник научных трудов Sworld. 2013. Т. 35. № 1. С. 30-34.
5. Формирование конкурентоспособности на мезоуровне [Текст]: монография / Савельева Н.А.; под ред. В. С. Золотарева; М-во образования Рос. Федерации, Рост. гос. экон. ун-т "РИНХ". Ростов н/Д, 2004. – 122 с.
6. Савельева Н.А. Методика оценки конкурентоспособности предприятий сферы строительного дизайна [Электронный ресурс] // Инженерный вестник Дона, 2011, №4. Режим доступа: <http://www.ivdon.ru/magazine/archive/n4y2011/697> (Доступ свободный) - Загл. с экрана. – Яз.рус.
7. Савельева Н.А., Козлова Е.И. Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятия [Текст]: монография / Н.А. Савельева, Е.И. Козлова - Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Донской гос. технический ун-т". Ростов-на-Дону, 2010. – 191 с.
8. Савельева Н.А. Стратегический менеджмент [Текст] / Н.А. Савельева. – Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 382 с.
9. Савельева Н.А. Управление конкурентоспособностью фирмы [Текст] / Н.А. Савельева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. – 382 с.

10. Савельева Н.А. Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятий розничной торговли [Текст] / Н.А. Савельева, О.В. Хлопенко - Известия Сочинского государственного университета, 2012. - № 4 (22). – С. 119-126.

11. Савельева Н.А. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг строительного дизайна [Текст]: монография / Н.А. Савельева, Е.В. Терехова. – Ростов-на-Дону: Институт архитектуры и искусств ЮФУ, 2010. – 184 с.

12. Савельева Н.А. Совершенствование отраслевого управления в сфере строительного дизайна [Электронный ресурс] // Инженерный вестник Дона, 2011, №4. Режим доступа: <http://www.ivdon.ru/magazine/archive/n4y2011/696> (Доступ свободный) - Загл. с экрана. – Яз.рус.

13. Савельева Н.А. Система показателей мониторинга конкурентной среды сферы строительного дизайна [Электронный ресурс] // Инженерный вестник Дона, 2013, № 1 (24). Режим доступа: <http://www.ivdon.ru/magazine/archive/n1y2013/1570> (Доступ свободный) - Загл. с экрана. – Яз.рус.

14. Савельева Н.А. Организационно-экономические условия формирования конкурентоспособной отрасли (на примере перопухового производства) [Текст]: монография / Н.А. Савельева - М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. агентство по образованию Рост. гос. экон. ун-т "РИНХ". Ростов н/Д, 2005. – 167 с.

15. Зеленская О.А. Формулирование новой парадигмы конкурентоспособности: кластерно-сетевой подход [Текст] // Terra Economicus. 2011. Т. 9. № 1-2. С. 17-20.

16. Зеленская О.А. Конкурентоспособность и экономическая устойчивость предприятия: информационно-экономические аспекты управления [Текст] // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2010. Т. 4. № 102. С. 76-81.

17. Зеленская О.А., Напхоненко Н.В. Устойчивость развития предприятия как фактор его конкурентоспособности [Текст] // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Технические науки. 2007. № 6. С. 113-115.

18. Зеленская О.А. Управление конкурентоспособностью предприятий: информационный и стоимостный подходы [Текст] // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: Социально-экономические науки. 2009. № 2. С. 78-85.

19. Зеленская О.А. Развитие производства и интересы стейкхолдеров в условиях формирования конкурентоспособных кластеров промышленности [Текст] // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2011. № 2. С. 239-246.

20. Напхоненко Н.В., Зеленская О.А. Коммерциализация технологий и конкурентоспособность отечественных предприятий [Текст] // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Технические науки. 2007. № 5. С. 105-107.

21. Зеленской О.А. Проблемы и возможности формирования конкурентоспособных кластеров как метода активизации инновационных процессов [Текст] // Новые технологии. 2010. № 4. С. 83-87.

22. Ветитнев А.М., Задорожня А.Н. Разработка системы сбалансированной оценки конкурентоспособности санаторно-курортных организаций [Текст] // Вестник Национальной академии туризма. 2007. № 4. С. 72-75.

23. Ветитнев А.М., Хрипушина И.А. Совершенствование управления курортными территориями на основе комплексного анализа их конкурентоспособности [Текст] // Вестник Национальной академии туризма. 2006. № 1. С. 58-61.

24. Бокова М.А. Проблемы и пути повышения конкурентоспособности аграрного туризма [Текст] // Известия Сочинского государственного университета. 2007. № 1-2. С. 25-30.

25. Романова Г.М., Банников С.А. Организация процесса подготовки кадров для сферы гостеприимства с помощью сетевого взаимодействия вузов в целях проведения крупных массовых мероприятий (на примере олимпийских игр 2014 года в г. сочи) [Текст] // Туризм: право и экономика. 2012. № 4. С. 13-17.

26. Романова Г.М., Романов М.С., Нубарян Г.Д. Оценка состояния рекрутинга в индустрии туризма сочи [Текст] // Вестник Национальной академии туризма. 2007. № 1 (2). С. 53-54.

27. Romanova G.M., Cherkasova I.Yu., Krinko E.F. Sochi in pre-Revolutionary period: resort complex developmnt // European researcher. 2011. № 4 (6). С. 360-365.

28. Шаповалов В.И. Проблема конкурентоспособности в управлении персоналом организации [Текст] // Управление персоналом. 2007. № 18. С. 43-44.

29. Ветитнев А.М., Волынец Е.А. Оценка имиджа и качества услуг персоналом санаторно-курортной организации [Текст] // Вестник Национальной академии туризма. 2007. № 03. С. 40-42.

30. Ветитнев А.М., Оргина Е.В. Изучение совместной удовлетворенности взрослых и детей качеством санаторно-курортного лечения [Текст] // Вестник Национальной академии туризма. 2010. № 2. С. 32-35.

31. Ветитнев А.М., Селищева Е.В., Волынец Е.А. Концептуальные подходы к потребительской оценке качества санаторно-курортных услуг [Текст] // Курортное дело, туризм и рекреация. 2007. Т. 1. № 2. С. 50-55.

32. Матющенко Н.С. Качество обслуживания туристов организациями индустрии досуга и развлечений в туристских дестинациях Краснодарского

края [Текст] // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2012. № 24. С. 57-63.

33. Ветитнев А.М. Модель удовлетворенности потребителей качеством санаторно-курортных услуг [Текст] // Стандарты и качество. 2004. № 7. С. 54-57

34. Ветитнев А.М., Антощенко Е.В. Методы ценообразования и потребительская оценка стоимости санаторно-курортных услуг [Текст] // Маркетинг услуг. 2006. № 3. С. 196-209.

35. Ветитнев А.М., Антощенко Е.В. Классификация и иерархия факторов, влияющих на ценовую политику санаторно-курортных организаций [Текст] // Вестник Национальной академии туризма. 2006. № 1. С. 75-80

36. Vetitnev A.M., Shtompel' L.V. Application of content-analysis of social networking websites to study health resort services // European Journal of Economic Studies. 2012. Т. 1. № -1. С. 64-70.

37. Ветитнев А.М., Антощенко Е.В. Варианты ценовых стратегий санаторно-курортных организаций [Текст] // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. 2007. № 2. С. 38-40.

38. Вербин Ю.И., Глушенков А.В., Системный подход к определению факторов и условий круглогодичного функционирования санаторно-курортного комплекса г.Сочи. // Сборник научных трудов. Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Пермский государственный университет". Пермь, 2006. С. 57-65

39. Романова Г.М., Набарян Г.Д. Показатели туристского центра мирового уровня [Текст] // Вестник СГУТиКД. 2007. № 1-2. С. 13-24.

40. Романова Г.М. Региональное планирование развития туристско – рекреационных зон [Текст] // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2003. №5. С. 279-288.

41. Романова Г.М., Журавлева Л.Б., Нубарян Г.Д. Актуальные вопросы развития санаторно-курортной системы в Российской Федерации [Текст] // Вестник СГУТиКД. 2011. № 4. С. 77-88.

42. Ветитнев А.М., Лебедева Л.С. Современное состояние рынка и некоторые проблемы управления санаторно-курортными организациями [Текст] // Вестник национальной академии туризма. 2008. № 2 (6). С. 12-15.

43. Ветитнев А.М., Оргина Е.В. О современном состоянии и тенденциях развития санаторно-курортного комплекса [Текст] // Вестник национальной академии туризма. 2011. № 2. С. 51-53.

44. Ветитнев А.М., Дзюбина А.В., Торгашева А.А. Лечебно-оздоровительный туризм: вопросы терминологии и типологии [Текст] // Известия Сочинского государственного университета. 2012. №2. С.50-56.

45. Ветитнев А.М., Гузева А.В. Внутренний маркетинг в обеспечении качества санаторно-курортных услуг [Текст] // Экономика здравоохранения. 2004. № 9. С. 26.

46. Ветитнев А.М., Ашкинадзе Я.А. Контент-анализ социальных сетей как метод изучения удовлетворенности отдыхающих санаторно-курортным сервисом [Текст] // Известия Сочинского государственного университета. 2010. № 4. С. 9-15.

47. Ветитнев А.М., Ашкинадзе Я.А. Изучение маркетинговой интернет-активности санаторно-курортного комплекса Сочи [Текст] // Маркетинг услуг. 2007. № 1. С. 52-58.

48. Матющенко Н. С. Особенности организации досуга и развлечений на курорте Сочи в конце XIX – начале XX ВВ [Текст] // Вестник СГУТиКД. 2012. № 2. С. 73-79.

49. Боков М.А., Геворгян А.С., Демерчян Н.С. Стратегия развития г.Сочи как курорта мирового уровня или туристской дестинации [Текст] // Вестник СГУТиКД. 2011. № 1. С. 13-16.

50. Романова Г.М., Матющенко Н.С. Опыт проведения статистических исследований туристской деятельности в курортной зоне Краснодарского края [Текст] // Вестник СГУТиКД. 2009. № 1. С. 23-35.

51. Романова Г. М., Матющенко Н. С., Каплюченко И. В. Информационное обеспечение системы регионального управления сферы туризма и рекреации на основе социологических исследований [Текст] // Вестник СГУТиКД. 2011. № 3 (17). С. 86-94.

52. Романова Г. М., Матющенко Н. С. Исследование основных тенденций развития внутреннего туристского рынка (на примере Краснодарского края) [Текст] // Вестник СГУТиКД. 2012. № 3. С. 28-36

53. Ветитнев А.М., Ашкинадзе Я.А. Роль Интернета в привлечении отдыхающих на курорт [Текст] // Вестник национальной академии туризма. 2009. № 4. С. 45-46.

54. Матющенко Н. С., Фетисова А.М. Моделирование и статистический анализ в системе управления индустрией отдыха и развлечений [Текст] // Вестник СГУТиКД. 2011. № 1. С. 40-48.

55. Боков М.А., Демирчян Н.С. Современные методы управления предприятиями индустрии туризма г.Сочи [Текст] // Вестник СГУТиКД. 2013. № 1-1. С. 23-27.

56. Боков М.А., Демирчян Н.С., Голубничий Ф.И. Сбытовая политика предприятия индустрии туризма в современных условиях [Текст] // Вестник СГУТиКД. 2013. № 1-1. С. 28-32.

57. Гварлиани Т.Е., Едигорян М.Н. Проблемы управления курортными и экономическими ресурсами Черноморского побережья [Текст] // Вестник СГУТиКД. 2011. № 3. С. 42-45.

58. Андреев В.Д. Аудит и оценка рисков инвестиционно-инновационной деятельности в индустрии туризма [Текст] // Вестник СГУТиКД. 2011. № 1-1. С. 14-22.

59. Андреев В.Д. Оценка эффективности системы внутреннего контроля и управления рисками в туристских организациях при проведении риск-ориентированного аудита [Текст] // Вестник СГУТиКД. 2012. № 3. С. 14-20.

60. Андреев В.Д. Нормативно-правовые и учетные особенности деятельности туристических организаций и их влияние на построение концепции проведения аудита [Текст] // Вестник СГУТиКД. 2008. № 1-2. С. 28-47.