

Баранова А.Ю.

ПРОБЛЕМЫ
ИНФРАСТРУКТУРНОГО
ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА
В МУНИЦИПАЛЬНЫХ
ОБРАЗОВАНИЯХ ТУРИСТСКО-
РЕКРЕАЦИОННОЙ
СПЕЦИАЛИЗАЦИИ

Аннотация

Индустрія гостеприимства – это межотраслевой комплекс, специализирующийся на обслуживании туристов. Местные органы власти курортов особое внимание уделяют развитию данного сектора экономики в целях привлечения как можно большего числа туристов, ставя в качестве первоочередной задачи создание соответствующей инфраструктуры.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, инфраструктура, муниципальное образование туристско-рекреационной специализации.

В течение длительного периода времени, вплоть до конца XX в., в российской практике не использовалось понятие «индустрия гостеприимства». Оно пришло к нам из-за рубежа, в частности из Соединенных Штатов Америки. В настоящее время понятия «индустрия гостеприимства» и «туристская индустрия» воспринимаются как идентичные. Поэтому, чтобы дать конкретное определение индустрии гостеприимства и обозначить

ее четкую роль в экономике региона, рассмотрим два наиболее типичных подхода к ее характеристики.

Авторы первого подхода считают, что индустрия гостеприимства объединяет туризм, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, отдых и развлечения, организацию конференций и совещаний [2,3,12,14]. Авторы второго подхода [4,5,6,7] полагают, что индустрия гостеприимства сама является частью туризма и отвечает за размещение и питание туристов, она также включает в себя отрасли, деятельность которых связана с развлекательными мероприятиями. Организация разработки, продвижения и реализации туристского продукта, по их мнению, вместе с индустрией гостеприимства составляет туристскую индустрию.

На наш взгляд, под индустрией гостеприимства целесообразно понимать межотраслевой комплекс, специализирующийся на обслуживании приезжающих в данную местность людей и включающий совокупность средств размещения, общественного питания, объектов познавательного, развлекательного, делового, оздоровительного и спортивного назначения, а также организации по изготовлению туристского снаряжения и сувениров.

Рынок услуг индустрии гостеприимства имеет свою специфику:

- 1) ограниченная емкость размещения препятствует увеличению объема предложения услуг и получению дополнительных доходов при избыточном спросе;
- 2) наличие противоречия: в сезон даже при высоких ценах возникает конкуренция между потребителями услуг, т.е. не всегда высокая цена приводит к снижению спроса, но в то же время услуги индустрии гостеприимства не являются услугами первой необходимости, и рекреанты могут вообще отказаться от данных услуг. Кроме того, из-за низкой заполняемости в несезон организации индустрии гостеприимства завышают цены в сезон таким образом, чтобы использовать полученную прибыль в течение всего года;
- 3) увеличение требований со стороны туристов к качеству услуг, их соответствуя существующим ценам; одним из главных инструментов, обеспечивающим взаимодействие спроса и предложения на рынке услуг индустрии гостеприимства, служит не только цена, но и качество;
- 4) преобладание свойства субSTITУции, т.е. возможности замены дополнительно предлагаемых услуг на аналогичные в другом месте (услуги размещения, завтрак, услуги бытового характера);
- 5) потребление услуг индустрии гостеприимства происходит там, где они произведены, поэтому они несут в себе специфические свойства соответствующей местности;
- 6) сезонность влияет не только на приток отдыхающих, но и на занятость работников в индустрии гостеприимства. В частности, проявлением сезонности в ее организациях является неполная занятость в несезонный период, низкий удельный вес квалифицированного персонала в общей численности занятых в данной сфере, ограниченные возможности профессионального роста;

- 7) комплементарность (взаимодополняемость) услуг: отдыхающие тратят деньги не только непосредственно на лечение и отдых, но и на товары и услуги, предоставляемые другими отраслями (транспорт, сотовая связь, туризм, производство товаров широкого потребления). Поэтому расходы на услуги индустрии гостеприимства подразделяются на прямые и косвенные (приобретение других товаров и услуг при нахождении на курорте);
- 8) подразделение расходов отдыхающих по времени на:
 - предшествующие затраты (покупка проездных билетов, соответствующей одежды и обуви для поездки, приобретение страховки, оплата туристской путевки);
 - текущие затраты (расходы, осуществляемые на территории курорта);
 - затраты будущего потребления (расходы, связанные с покупкой сувениров, спортивных снаряжений, приобретение литературы в период конференций).

С учетом нескольких типов расходов туристов, следует рассматривать и рынок услуг индустрии гостеприимства. Очень важным является территориальный аспект. Для экономики территорий, на которых предоставляются услуги, больше интересны затраты, предшествующие поездке на отдых, а для муниципальных образований, где преобладает туристско-рекреационная специализация, – затраты текущего и будущего потребления. Так, можно предположить, что чем больше денег турист потратит до поездки (приобретение путевок, билетов и т.д.), тем меньше – на отдыхе. Сократить предшествующие расходы можно за счет отказа от услуг турфирм, используя сеть бронирования номеров.

Рынок услуг индустрии гостеприимства не может функционировать в отрыве от рынка других товаров и услуг, поэтому существуют организации, участвующие в формировании его инфраструктуры:

- инвесторы, осуществляющие вложения в индустрию гостеприимства;
- информационные центры, распространяющие информацию об услугах индустрии гостеприимства;
- НИИ курортологии, способствующие разработке новых услуг;
- турфирмы и турагентства, являющиеся посредниками между потребителями и производителями услуг индустрии гостеприимства;
- поставщики прочих товаров и услуг – представители других рынков, косвенно способствующие формированию услуг индустрии гостеприимства (учреждения культуры, образования, поставщики офисного оборудования и т.п.);
- органы власти, создающие институциональную основу для развития рынка услуг индустрии гостеприимства.

Индустрия гостеприимства присутствует в каждом муниципальном образовании. Особенно важна ее роль в муниципальных образованиях туристско-рекреационной специализации или на курортах, собственные доходы бюджетов которых наполовину и более формируются за счет организаций отдыха и развлечений. В связи с этим местные органы власти проводят экономическую политику, способствующую притоку как можно большего числа туристов.

В муниципальных образованиях туристско-рекреационной специализации численность туристов за год превышает численность местного населения: в Сочи в 8 раз, в Туапсе, Анапе, Геленджике в 10–12 раз [9,10].

Рисунок 1



Поэтому при увеличении численности населения в период сезона степень нагрузки увеличивается не только у организаций индустрии гостеприимства, но и у всех остальных хозяйствующих субъектов муниципалитета, осуществляющих транспортные перевозки, уборку и озеленение территорий и т.д. В результате этого усугубляется и без того слабое состояние городской инфраструктуры. Проанализируем ситуацию на примере города-курорта Сочи, занимающего лидирующие позиции на Азово-Черноморском побережье по количеству туристов и рекреантов.

В соответствии со Стратегией социально-экономического развития муниципального образования города Сочи до 2020 г., федеральной целевой программой «Развитие города Сочи как горно-климатического курорта (2006–2014 гг.)» и прочими краевыми целевыми программами, разработанными на основе концепции устойчивого развития туризма в регионе, управление предпринимательскими структурами индустрии гостеприимства преследует цель превращения Большого Сочи в современный высокоеффективный санаторно-курортный и спортивно-туристский центр мирового уровня.

Основными задачами указанных программ, которые могут быть применимы и в отношении других туристско-рекреационных центров, являются:

- устранение сезонности загрузки санаторно-курортного комплекса муниципального образования посредством диверсификации туризма и активизации посещаемости курорта в зимний период;
- развитие зимних видов спорта;
- комплексное развитие транспортной инфраструктуры для обеспечения внутренних и внешнеэкономических связей;
- строительство новых и реконструкция существующих инженерных коммуникаций;
- создание условий для развития агропромышленного комплекса в целях обеспечения продовольствием;

- создание условий для развития перерабатывающей промышленности, модернизации существующих промышленных предприятий, развития малого бизнеса, повышения эффективности функционирования строительного комплекса города;
- обеспечение устойчивого энергоснабжения города;
- подготовка и переподготовка квалифицированных кадров в области рекреации;
- рост выпуска конкурентоспособных товаров и услуг;
- решение ключевых социальных и экологических проблем;
- совершенствование нормативно-правовой базы, содействующей эффективному налогообложению организаций индустрии гостеприимства и привлечению инвестиций и т.д.

Выполнение поставленных задач позволит обеспечить темпы прироста валового продукта города Сочи на уровне не ниже 13% в год до 2014 г. и 6–7% в год до 2020 г., повысить организационно-технологический и сервисный уровень организаций индустрии гостеприимства, увеличить средние удельные расходы туристов в 1,5–2 раза, обеспечить ежегодный прирост иностранных туристов и т.д. [13].

Однако действующие федеральные, краевые и местные целевые программы обладают следующими основными недостатками:

- ставится задача развития прежде всего туристско-рекреационных комплексов, и только потом планируется улучшение общегородской инфраструктуры за счет эффективного функционирования индустрии гостеприимства;
- недостаточно проработаны вопросы решения экологических проблем, связанных с использованием рекреационных ресурсов;
- отсутствует стимулирование организаций индустрии гостеприимства к росту производительности и эффективности;
- не разработаны конкретные мероприятия по улучшению кадрового и инвестиционного обеспечения организаций индустрии гостеприимства;
- в указанных программах не нашла отражение взаимосвязь увеличения численности потребителей туристско-рекреационных услуг в сезон со снижением полезности и причинением неудобств туристами друг другу.

В силу природно-географических особенностей Азово-Черноморского побережья увеличение численности населения приходится на июнь–сентябрь. Поскольку, как уже отмечалось, туристы в период своего пребывания пользуются не только услугами, предоставляемыми рекреационными учреждениями и гостиничным бизнесом, но и организациями всей городской инфраструктуры, развитие курортов не может обойтись без строительства дорог, гостиничных и курортных комплексов, обустройства новых рекреационных территорий, создания парковой зоны и т.п. Рост объемов производства в результате предпринимательской деятельности организаций индустрии гостеприимства передается другим субъектам хозяйствования муниципального образования, в результате чего расширяется торговый оборот, увеличивается прибыль и, следовательно, растут налоговые отчисления.

Эффективность развития предпринимательской деятельности организаций индустрии гостеприимства традиционно определяется долей дохода в формировании муниципального (краевого) бюджета и наибольшей рентабельностью конкретной организации.

Таблица 1

**Финансовые показатели основных отраслей
и сфер деятельности экономики города-курорта
Сочи в 2009 г.**

Отрасли и сферы деятельности	Прибыль (млн. руб.)	Затраты (млн. руб.)	Рентабельность (%)
Туристско-рекреационный комплекс	3 541,9	10 005,5	35,4
Торговля	2 567,4	8 362,8	30,7
Сфера услуг	2 394,4	7 954,7	30,1
Спортивная индустрия	1 967,5	7 428,3	26,5
Строительство	6 086,1	23 498,4	25,9
Сельское хозяйство	637,7	5 643,71	11,3
Промышленность	282,9	3 984,87	7,1
Пищевая промышленность	479,3	4 564,9	10,5
Транспорт	365,5	1 807,0	20,0
Благоустройство города	50,2	375,4	13,3

Источники: Рассчеты автора на основании данных Городского отдела статистики г. Сочи.

Исходя из представленной информации, можно выделить развитие отраслей по следующим приоритетам:

- к приоритетам первого уровня относятся отрасли с показателем рентабельности более 25%: организации туристско-рекреационного комплекса, торговли, сферы услуги, спортивной индустрии, строительства;
- к приоритетам второго уровня относятся отрасли с показателем рентабельности менее 25%: организации сельского хозяйства, промышленности, транспорта, благоустройства города.

Кроме вышеперечисленного существует ряд организаций жилищно-коммунального хозяйства, распределения электроэнергии, газа и воды, поддерживающих функционирование всего рынка услуг индустрии гостеприимства, рентабельность которых не более 9%.

С целью определения приоритетов развития предпринимательской деятельности на рынке услуг индустрии гостеприимства не следует ограничиваться лишь расчетами показателей рентабельности организаций. В силу специфики рассматриваемой сферы следует рассчитать коэффициент объема услуг на душу населения.

Для того чтобы увидеть, каким образом численность населения влияет на объем стоимостных услуг организаций города-курорта, проанализируем данные, приведенные в представленных ниже таблицах.

Таблица 2

**Среднесписочная численность работников организаций
города-курорта Сочи в 2009 г. (чел.) [10]**

Отрасли и сферы	2009 г.			
	1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	1 380	1 422	1 420	1 417
Рыболовство, рыбоводство	142	140	139	138
Добыча полезных ископаемых	43	37	32	25
Обрабатывающие производства	3 913	3 885	3 909	3 847
ЖКХ, в том числе:	10 030	10 034	10 119	10 133
– производство и распределение электроэнергии, газа и воды	4 646	4 631	4 626	4 652
– предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	5 384	5 403	5 493	5 481
Строительство	15 383	14 478	14 677	14 798
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	1 326	1 372	1 384	1 398
Гостиницы и рестораны	5 463	5 719	5 978	5 839
Транспорт и связь	7 554	7 554	7 554	7 554
Финансовая деятельность	1 533	1 524	1 518	1 525
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	4 573	4 613	4 698	4 664
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование	6 165	6 208	6 264	6 309
Образование	10 700	10 617	10 560	10 594
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	24 897	25 364	25 809	25 644

Данные табл. 2 свидетельствуют о том, что наибольшая численность работников из местного населения приходится не столько на индустрию гостеприимства, сколько на сферы и отрасли, поддерживающие ее функционирование: строительство, транспорт и связь, ЖКХ, образование, государственное управление, здравоохранение и т.п. Кроме того, можно заметить, что численность трудоустроенных не зависит от сезона, что нельзя сказать об их заработной плате.

Таблица 3

**Фонд заработной платы организаций
города-курорта Сочи в 2009 г. (тыс. руб.) [10]**

Отрасли и сферы	2009 г.			
	1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	53 889	63 983	79 829	78 881
Рыболовство, рыбоводство	17 535	22 470	21 103	18 878
Добыча полезных ископаемых	3 054	2 554	1 997	3 222
Обрабатывающие производства	243 099	264 505	296 935	290 746

Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	235 730	247 495	273 023	262 810
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	226 830	234 677	261 530	252 461
Строительство	1 013 511	1 059 082	1 277 413	1 383 752
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	60 149	73 926	91 785	85 278
Гостиницы и рестораны	226 925	274 983	361 922	285 824
Транспорт и связь	432 242	573 935	604 189	512 333
Финансовая деятельность	121 724	134 803	137 485	178 539
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	442 369	510 155	526 693	553 313
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование	398 404	416 954	402 437	533 514
Образование	375 066	107 878	382 223	428 216
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	962 306	1 104 163	1 264 390	1 192 495

С учетом того, что пик сезонности в Сочи приходится на 2–3-й кварталы года, то в этот период наибольшее увеличение фонда заработной платы наблюдается в отраслях: сельского хозяйства, рыболовства, торговли, гостиничной и ресторанной, транспорта и связи, здравоохранения и предоставления социальных услуг. Далее проанализируем объемы производства указанных отраслей.

Таблица 4

Объемы стоимостных товаров и услуг основных отраслей города-курорта Сочи в 2009 г. (тыс.руб.) [10]

Отрасли	2009 г.			
	1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.
Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами (без субъектов малого предпринимательства), в том числе				
Добыча полезных ископаемых	12 074	15 219	15 219	15 219
Обрабатывающие производства	1 288 040	1 482 755	1 938 823	1 825 791
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	1 291 442	1 378 983	1 389 068	1 181 716
Объем стоимостных услуг и оборот розничной торговли (без субъектов малого предпринимательства), в том числе:				
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	2 185 710	2 319 950	3 579 857	2 165 310
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	351 744	395 023	415 668	360 268
Рыболовство, рыбоводство	9 162	13 655	15 521	12 062
Строительство	921 734	711 236	795 966	815 789
Гостиницы и рестораны	65 359	95 758	106 524	58 878
Транспорт и связь	127 563	145 032	153 635	138 808

Финансовая деятельность, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	2 463 013	2 557 121	2 569 318	2 611 824
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	89 632	103 532	108 632	100 554
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	56 421	55 823	57 883	56 968

По всем представленным в таблице 4 отраслям, за исключением добычи полезных ископаемых, строительства, финансовых и прочих коммунальных, социальных, персональных услуг, наблюдается увеличение стоимостного объема товаров и оказываемых услуг в пик сезона. Но действительно ли этот рост во втором и третьем кварталах года способствует благосостоянию курорта? Для ответа на данный вопрос предположим, что N – численность потребителей, общий объем производства Y может использоваться либо для частного потребления (в расчете X на одного потребителя), либо для общественного блага G . Предполагается, что объем производства представляет собой возрастающую вогнутую функцию от числа потребителей N в данном городе, тогда: $Y = f(N) = X \times N + G$ [1]

Рисунок 2

Множество потребительских возможностей населения неизменной численности

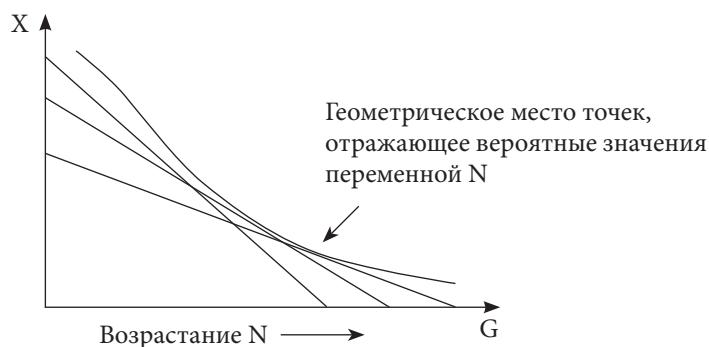
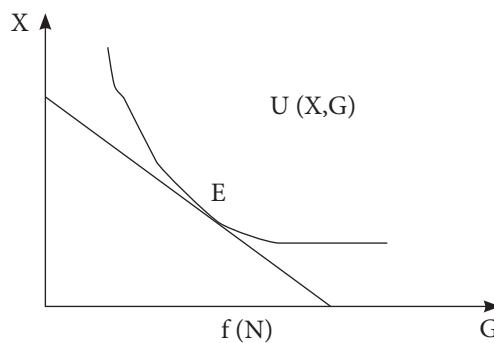


Рисунок 3

Множество потребительских возможностей для населения изменяющейся численности



Если правительство выбирает значение G , чтобы максимизировать функцию полезности $U(X, G)$, то это даст точку касания E (рис. 2). По мере

увеличения N увеличиваются объем производства и максимальный уровень общественных благ, а максимальный уровень потребления в расчете на душу населения X уменьшается (рис. 3).

Полезность потребляемого блага для каждого из его пользователей зависит от численности потребителей. Но даже когда увеличиваются муниципальные расходы, с ростом численности пользователей граница несоперничества преодолевается и потребители постепенно начинают причинять друг другу неудобства.

Проанализируем влияние увеличения численности населения на объем потребления услуг в расчете на одного потребителя. Предположим, $V0$ – объем оказания услуг и выполнения работ в стоимостном измерении, который производится и потребляется местным населением, $N0$ – численность местного населения, $X0$ – объем услуг или работ в стоимостном измерении, приходящийся на одного человека местного населения, рассчитываемый как $V0/N0$.

При увеличении численности населения соответственно увеличивается объем оказываемых услуг организациями сферы ЖКХ, торговли, транспорта и т.д. Тогда $V1$ – это увеличенный объем услуг с учетом туристов, $X1$ – объем услуг или работ в стоимостном измерении, приходящийся на одного человека с учетом туристов. В связи с вышеизложенным получается неравенство $V1/N1 \neq X0$.

Далее произведем расчеты в отношении отраслей, в которых объем стоимостных услуг значительно зависит от численности потребителей, и сравним показатели $X1$ и $X0$. В качестве $V0$ примем данные первого квартала, потому что этот период не пользуется спросом у туристов, $N0$ – численность местного населения города Сочи – 410 тыс. человек, $N1$ – численность посетивших город Сочи туристов в 2009 г. и местного населения – 5200 тыс. человек, $V2$ – годовой объем оказанных услуг.

Таблица 5

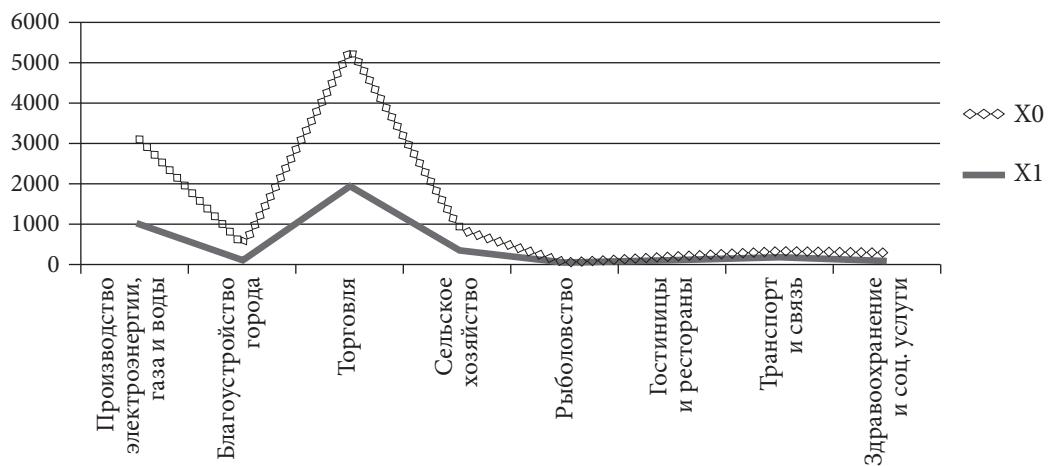
**Расчет стоимостного объема оказанных услуг
(выполненных работ, реализованных товаров) организаций
города-курорта Сочи на одного потребителя в 2009 г.**

Отрасли и виды деятельности	V0	X0	V2	X1
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	1 291 442	3 150	5 159 209	992
Благоустройство города	178 713	436	408 667	79
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	2 185 710	5 331	10 250 827	1 971
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	351 744	858	1 522 703	293
Рыболовство, рыбоводство	9 162	22	50 400	10
Гостиницы и рестораны	65 359	159	326 519	63
Транспорт и связь	127 563	311	565 038	109
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	89 632	219	402 350	77

Графически показатели $X1$ и $X0$ представлены на рисунке 4, где с большим отрывом отстают производство и распределение электроэнергии, газа, воды, благоустройство города, торговля и сельское хозяйство.

Рисунок 4

Объем оказанных услуг на душу населения с учетом местного населения и туристов (руб.)



По данным Горстатотдела г. Сочи за 2009 г., удельный вес прибыльных организаций составил:

- в торговле – 75%;
- в рыболовстве – 100%;
- производство и распределение электроэнергии, газа и воды – 66%;
- гостиницы и рестораны – 56%;
- транспорт и связь – 78%;
- здравоохранение и предоставление социальных услуг – 60%.

С одной стороны, город-курорт Сочи – одна из динамично развивающихся территорий Краснодарского края, но, с другой стороны, низкая рентабельность отраслей, поддерживающих развитие индустрии гостеприимства, может привести к деградации анализируемой нами сферы.

Динамика развития энергетики в Сочи значительно отстает от развития экономики города в целом. Существует угроза, что в ближайшее время реальный сектор экономики ощутит дефицит электроэнергии. Следовательно, на устранение энергетических проблем должно быть направлено управленческое воздействие в виде реконструкции и строительства воздушных линий, подстанций и т.п.

Уровень газификации природным газом по г. Сочи составляет 45,5%, в том числе в городской черте и поселках городского типа – 51,2, в сельской местности – 10,7%. Процент износа электросетей по Сочинскому энергорайону составляет в среднем 58%, зданий, сооружений и оборудования – 53% [13].

Также необходимо выполнение ряда природоохранных мероприятий: строительство очистных сооружений сточных вод, объектов канализации, новых очистных сооружений и комплекса по утилизации биологических отходов, проведение берегоукрепительных работ, обеспечение воспроизведения минеральных ресурсов, озеленение города, разработка системы комплексного экологического мониторинга в целях обеспечения контроля за экологическим состоянием окружающей среды и т.п.

Таким образом, можно сделать выводы, что увеличение численности населения в пик сезона оказывает положительное влияние на сферы транспорта и связи, предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг. Несмотря на рост объемов стоимостных услуг во 2–3-м кварталах, в целом менее рентабельными являются гостиницы и рестораны, организации здравоохранения, а также организации, обеспечивающие производство и распределение электроэнергии, газа и воды. Поэтому органам власти нужно особое внимание уделять управлению организациями, обеспечивающими инфраструктурную поддержку индустрии гостеприимства, иначе даже массовое инвестирование объектов гостеприимства не приведет к желаемому эффекту.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аткинсон Э.Б., Стиглиц Д.Э. Лекции по экономической теории государственного сектора. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 832 с.
2. Браймер Роберт А. Основы управления в индустрии гостеприимства. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 382 с.
3. Воронков Л.Н. Туризм, гостеприимство, сервис (словарь-справочник). – М., 2002. – С. 362.
4. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма / М.: Статистика, 2003. – С. 368.
5. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 671 с.
6. Линн Ван Дер Ваген. Гостиничный бизнес. Серия «Учебное пособие». Ростов н/Д: Феникс, 2001.
7. Лунева Е.В. Формирование российского рынка услуг индустрии гостеприимства: дисс... канд. экон. наук. – Майкоп, 2007. – С. 144.
8. Морозов М.А. Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности в туризме: дисс... докт. экон. наук. – СПб, 2006. – 345 с.
9. Первый «блин» Евгения Кудели // Новая газета Кубани. – Выпуск 6 (1612) от 31.01.2011. URL: <http://ngkub.ru/index.php?a=article&id=1031>.
10. Показатели муниципальных образований. URL: www.gks.ru.
11. Севастьянова С.А. Региональное планирование туризма и гостиничного хозяйства: Учебное пособие. М.: Кнорус, 2008. – 256 с.
12. Скобкин С.С. Есть ли у нас индустрия гостеприимства? М.: Парад отелей, 2000. – № 4.
13. Стратегия развития города-курорта Сочи как горно-климатического курорта до 2020 г.
14. Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство: Учебник / Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 1999. с. 300.