УДК 338.48

Золкин Е.Ю.[1]
Коновалова К.Ю.[2]

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНАЛЬНОЙ РЫНОЧНОЙ СРЕДЕ

Аннотация. Вопросы обеспечения эффективного функционирования гостиничного бизнеса особенно актуальны в период финансового кризиса. В статье приводится описание и раскрываются аспекты использования международного подхода «the blue way» в гостиничном хозяйстве. Внедрение инновационных технологий управления предприятием гостиничного бизнеса позволит изменить подход к стратегическому управлению, увязав его с прогнозированием долгосрочных тенденций развития современных технологий.

Ключевые слова: региональный рынок, экспертные оценки, метод имитационного моделирования.

Zolkin E.Y.,
Konovalova K.Y.

INNOVATIVE APPROACH TO MANAGEMENT OF EFFICIENCY OF HOTEL BUSINESS IN THE REGIONAL MARKET ENVIRONMENT

Abstract. Questions of ensuring effective functioning of hotel business are especially actual during financial crisis. The description is provided in article and aspects of use of the international approach of «the blue way» in hotel economy reveal. Introduction of innovative technologies of business management of hotel business will allow to change approach to strategic management, having coordinated it to forecasting of long-term tendencies of development of modern technologies.

Key words: regional market, expert estimates, method of imitating modeling.

Региональная воспроизводственная система функционирует, как механизм трансформации ресурсов в материальные и нематериальные блага, пригодные для потребления с целью обеспечения жизнедеятельности данного целостного территориального субъекта экономики [3].

Воспроизводственную систему необходимо структурировать по четырем основным признакам: отраслевому, институциональному, технологическому, субъектному [2]. Роль региональной власти в обеспечении механизма модернизационного развития территории определяется не только децентрализованной сущностью модернизационной деятельности, но и большим динамизмом, гибкостью, способностью к быстрым переменам, адаптации к меняющимся условиям. [4]. Согласно экономической теории и практики, формирование и развитие рыночной экономики должны регулироваться государством посредством активного инициирования и поддержания развития новых институтов, ликвидации старых и создания новых организаций, трансформации отношений собственности, и конечно, разработки законодательной базы, проведения налоговой и кредитно-денежной политики, выполнения контролирующих функций

[1] *Золкин Евгений Юрьевич*, канд. экон. наук, доцент кафедры государственных услуг и менеджмента, Северо-Кавказский институт – филиал РАНХиГС, г. Пятигорск, e-mail: evzolkin@yandex.ru, т. (8(8793)33-81-87).
Zolkin Evgeny Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of State services and management, The North Caucasus institute – branch of RANEPA Pyatigorsk e-mail: evzolkin@yandex.ru, т. (8(8793)33-81-87).
[2] *Коновалова Кристина Юрьевна*, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и антимонопольного регулирования, Северо-Кавказский институт – филиал РАНХиГС, г. Пятигорск, e-mail: kris89.11@yandex.ru, т. (8(8793)33-81-87).
Konovalova Christina Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economy and antimonopoly regulation, The North Caucasus institute – branch of RANEPA Pyatigorsk e-mail: kris89.11@yandex.ru, т. (8(8793)33-81-87).

[5]. Переход к устойчивому развитию региональных систем предусматривает комплекс мероприятий, включающий: создание новой региональной модели хозяйствования, направленной на снижение нагрузки на окружающую среду с активным использованием рыночных механизмов; формирование социально – и эколого-ориентированного рынка под строгим государственным контролем [6]. Большое значение имеет и социальная составляющая инвестиционных проектов. На привлечение новых категорий туристов на Кавказ направлен проект в сфере активного и экологического туризма – «Северо-Кавказский горный клуб». По поручению Правительственной комиссии начаты работы по созданию информационной системы мониторинга инвестиционной деятельности на Северном Кавказе [7].

Реализация концепции долгосрочного социально-экономического развития России предполагает переход отечественной экономики от ресурсно-сырьевого к инновационному типу. В связи с этим наблюдается тренд активизации деятельности региональных органов власти по реализации мер и мероприятий инновационной политики Правительства РФ, в рамках разработанной и утверждённой «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года».

Гостиничный бизнес на современном этапе развития является сложной системой экономических отношении, которая включает различный набор услуг, предоставляемый гостям, среди которых следует выделить размещение, питание, бытовое обслуживание, медицинские и спортивно-оздоровительные услуги, связь, развлечения и др. Гостиничный комплекс имеет сложную структуру (гостиница, ресторан, бассейн, клуб, лечебно-оздоровительный и спортивный комплексы и т.д.). В условиях усиления конкурентной борьбы на рынке гостиничных услуг, от представителей бизнеса требуется разработка и постоянное совершенствование стратегии развития, которая является важным направлением управления предпринимательской структурой.

Гостиничный бизнес характеризуется высоким уровнем инноваций, что требует быстрой адаптации к изменениям внешней среды, а также разработки стратегии инновационного развития предприятия. Существенный вклад в исследование формирования факторов, методов и принципов устойчивого развития туризма внесли ученые: Боголюбова В.С., Быстрова С.А., Васильева Л.В., Джанджугазова Е.А., Малеева Т.В., Масленникова К.В. и т.д. Также различные аспекты управления гостиничным бизнесом рассматриваются в работах: Ю.А. Александровой, А.В. Алексеенко, М. Арифуллина, М.А. Булатовой, В.Г. Гуляева, Е.В., Жулевич, А.С. В целом на сегодняшний день создан существенный теоретический и методологический задел для управления инновационной деятельностью предприятий гостиничного бизнеса. Однако, несмотря на наличие большого количества исследований проблем экономики и стратегического управления туризмом, в работах отечественных авторов недостаточно рассмотрены вопросы формирования инновационной стратегии развития предприятия гостиничного сервиса. Особо следует отметить необходимость проведения разработок прикладного характера, позволяющих менеджменту в сложившихся условиях использовать альтернативные подходы и модели стратегического развития для повышения эффективности деятельности субъектов гостиничного бизнеса. В существующих подходах к применению инноваций в гостиничном бизнесе недостаточно исследовано влияние инновационных факторов управленческого воздействия.

Очевидно, последним новшеством сети Интернет явилось развитие социальных сетей, таких, как Facebook и MySpace. Теперь и гостиничные, и туристские компании участвуют в них [8]. Иными словами, эффективный гостиничный менеджмент включает в себя одинаковый учет экономических, экологических и функциональных аспектов, а также капиталовложений, издержек производства и качества процессов наряду с комфортом, здоровьем и удовлетворением потребностей. Данный подход международных застройщиков и инвесторов получил название «the blue way». Термин «Голубая устойчивость» появился в России относительно недавно и уже широко используется специалистами гостиничного бизнеса. Понятие включает в себя комплекс мероприятий по экономии затрат, эффективному планированию, повы-

шению уровня сервиса, переориентацию в пользу экологических технологий. Пакет услуг «The blue way» основан на принципах возобновляемого, энергоэффективного и экологичного использования. При этом, если здание является экологичным и выполняет все требования по экономии и функциональности, то оно представляет собой видимый пример целостного и сбалансированного подхода [8]. Реализация концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года, требует создания механизма координации стратегического управления и бюджетной политики. Применение стратегического планирования государством продиктовано необходимостью решения социальных задач, переводом экономического развития России на инновационный путь и созданием современных рабочих мест. Вступление в действие ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ возвращает правительство РФ к планированию экономического и социального развития по «пятилеткам» и вводит порядок разработки стратегических документов, связывает разрозненные стратегии в единый механизм. В условиях обеспечения устойчивого управления множеством взаимоувязанных и территориально-распределенных процессов и объектов, повышения объема и усложнения бизнес-процессов особое значение приобретают информационные технологии совершенствования системы менеджмента предприятий гостиничного бизнеса.

Внедрение инновационных технологий на современном этапе развития гостиничного бизнеса должно проводиться по двум основным направлениям:

1. Совершенствование системы управления гостиничным бизнесом.

2. Совершенствование системы управления основными фондами организации гостиничного бизнеса.

Интенсивное развитие гостиничного бизнеса в России приводит к приращению функций современных гостиниц, отелей, что существенно усложняет систему управления организаций, посредством постановки дополнительных задач. В связи с чем, менеджменту организаций гостиничного бизнеса необходимо модернизировать системы управления, путем внедрения инновационных электронных систем управления, что позволяет отойти от ручного управления и обеспечить реализацию принципа организации гостиничного бизнеса – гостиница, как на ладони. Сегодня существует множество видов систем электронного управления гостиницами, которые требуют адаптации с инновационными IT-технологиями. На данном этапе основная инновация в сфере систем электронного управления заключается в том, пользователь напрямую обращается к веб-сервису и может получить всю информацию о гостинице в web-сети. На российском рынке такими системами являются Opera Fidelio и Epitome PMS. В настоящее время появляются инновационные SAAS-технологии (англ. software as a service – программное обеспечение, как услуга) в гостиничной сфере. В упрощенном представлении SAAS – это веб-приложение, через которое обеспечивается доступ к программному обеспечению по глобальной информационной сети интернет. Главное преимущество модели SAAS заключается в отсутствии затрат, связанных с установкой, обновлением и поддержкой работоспособности оборудования и программного обеспечения.

Модель облачных технологий SAAS – это аренда программного обеспечения (услуга), тем самым является выгодной альтернативой покупки дорогостоящих программ. В рамках данной модели, пользователь не приобретает программное обеспечение, а оплачивает только его функции, инструменты и возможности. Также отсутствует потребность в администрировании системы, тем самым сокращаются затраты на содержание сервера [8]. Принося экономическую выгоду и полезность предприятиям гостиничного сервиса, SAAS-технологии приобретают особую актуальность, в связи, с чем рассмотрим наиболее подробно основные преимущества данной модели. SAAS-технологии позволяют экономить ресурсы бизнеса на приобретении, внедрении и обслуживании дорогостоящего программного обеспечения и оборудования, создавая тем самым доступную возможность для гостиниц и отелей любого формата.

Лидером CRM-решений для индустрии гостеприимства реализуемое по модели SAAS, яв-

ляется программный продукт Libra OnDemand CRM, который существенно расширил функциональные возможности системы управления гостиничным бизнесом. Данный продукт интегрирован с системой управления гостиницей Epitome PMS и Fidelio. Программный продукт Libra OnDemand CRM имеет следующие функциональные возможности:

1. Управление отделом продаж и маркетинга гостиницы.
2. Управление взаимоотношениями с клиентами.
3. Управление программами лояльности и поощрения постоянных клиентов.
4. Управление продажами и мероприятиями в отеле.

Система управления отделом продаж и маркетинга гостиницы автоматизирует работу каждого сотрудника отдела продаж, позволяя планировать встречи, звонки и выполнение различных задач, а также ведет общий календарь и расписание дня менеджеров. В программе Libra OnDemand CRM реализован функционал управления взаимоотношениями с клиентами, предоставляющий менеджеру полную аналитику гостиницы в разрезе клиентов, компаний и турагентств. Статистические данные по клиентам доступны для просмотра и анализа доходности каждого клиента (количество броней, ночевок, полученный доход и средний тариф). Постояльцы гостиницы через интернет-портал имеют возможность управлять данными по проживанию, изменять контактные сведения, собственные пожелания, просматривать накопленные бонусные баллы и т. д. Учет предпочтений клиента позволяет предоставлять более высокий уровень сервиса. Управление программами лояльности и поощрения постоянных клиентов позволяет создавать собственные программы лояльности для постоянных клиентов, предусматривающие скидки, бонусы и премиальные сертификаты. Управление продажами и мероприятиями в отеле позволяет видеть гостиницу, как на ладони, просматривать через контрольную панель Libra Control Panel наличие номеров и следующие основные показатели работы гостиницы: доход от продажи номеров (Room Revenue); доход на номер (RevPAR); средний тариф (ADR); средний доход на клиента (RevPAC); средняя продолжительность проживания (Average Length of Stay); количество занятых номеров (Rooms Sold), процент загрузки гостиницы (Occupancy %).

В условиях динамично развивающейся бизнес-среды все более актуальным становиться вопрос о поиске инструментов анализа и прогнозирования экономических процессов. Одним из способов принятия управленческих решений является использование методов имитационного моделирования. Проведение имитационных экспериментов в среде MS Excel можно осуществить двумя способами – с помощью встроенных функций и путем использования инструмента «Генератор случайных чисел» дополнения «Анализ данных». Наибольшее распространение получил первый способ проведения имитационных экспериментов – с помощью встроенных функций MS Excel. Коэффициент загрузки, позволяющий оценить использование номерного фонда рассчитывается по формуле:

$$К_{загр} = \frac{\text{Число проданных номеров (Q)}}{\text{Число номеров, предложенных к продаже (S)}} * 100\% \quad (1)$$

Если возникает профицит, то есть Кзагр < 100%, то это означает, что все желающие приехать в соответствующий сезон могут приехать и обеспечить ночевку в тех местах размещения, на которые они рассчитывали. Если возникает дефицит Кзагр > 100%, то часть приезжающих может вообще отказаться от посещения города (или сократить свое пребывание), либо согласиться на приезд в другое время или на размещение в гостиницах других категорий.

Имея данные спроса на гостиничные услуги за последние годы, можно применить имитационную модель в зависимости от целей поездок: личных и деловых за летний сезон, т.е. 90 дней, на который приходится 80% туристских потоков, и «несезон», т.е. остальные 275 календарных дней. Лето было и будет наиболее удобным временем для организации и проведения отдыха преимущественного большинства населения. Возможности удовлетворения спроса определяются по формуле:

$$Q_m = \sum_{l=1}^{6}(\sum_{i=1}^{N} C_i * \frac{nl}{\sum_{l=1}^{6} n_l} * R_l) \quad (2)$$

Q_m – сумма ночевок за m-период; m – сезонность спроса; n_i – процент людей, останавливающихся на l-ночевок; l – количество ночевок; R_l – средняя ночевка в зависимости от l.

Определение спроса на номера в зависимости от сектора рассчитывается по следующей математической формуле:

$$Ci = \sum_{j=1}^{M}(\frac{kij * Pi}{\sum_{j=1}^{M} kij * Pi} * L * Dj) \quad (3)$$

C_i – спрос на номера i-го сектора; i – номер сектора, $i = 1,N$, N=5; j – номер категории, j = 1,M, M=3; kij – количество номеров в i-м секторе j-й категории; Pi – доля гостей, отдавших предпочтение i-му сектору; L – количество людей, которые могут быть размещены в номерах; Dj – доля людей со среднедушевым доходом $y_j^M = 1$

При этом доля предпочтения людей i-го сектора находится путем экспертной оценки ответов на такие вопросы как: «В каком из выделенных районов вы бы предпочли жить, приехав в наш город по личным целям», «В каком из выделенных районов вы бы предпочли бы остановиться в ходе деловой поездки?». После определения приоритетов рассчитывается коэффициент конкордации, который свидетельствует о хорошей согласованности мнений экспертов, что позволяет в дальнейшем определить предпочтения посетителей города методом парных сравнений.

Для определения предложения, т.е. готовности предложить какое-либо количество услуг по конкретным ценам из ряда возможных цен в течение m-сезона и числом мест в гостиницах, используется следующая формула:

$$S_m = \sum_{i=1}^{N}(\sum_{j=1}^{M} k_{ij} * d_m) \quad (4)$$

S_m – предложенное количество мест на период m;

k_{ij} – количество номеров в i-м секторе j-й категории;

d – количество дней в периоде (в летнее время – 90 дней, в «несезон» – 275).

Через функцию управление продажами, менеджерам гостиницы предоставлена возможность сравнивать текущие показатели с бюджетом. Графический модуль программы Libra OnDemand CRM, обеспечил возможность планирования загрузки конференц-помещений, составления меню для банкетов (семинаров, конференций), начислять услуги и координировать работу всех служб и подразделений по банкетному обслуживанию гостиницы. Появление инновационных технологий дистрибьюции в электронных системах бронирования открыли новые пути повышения привлекательности и доступности услуг предприятий гостиничного бизнеса. Современные IT разработки обеспечили интеграцию электронных систем бронирования с гостиничными системами управления в режиме on-line, обеспечив управление процессом бронирования по множеству каналов продаж. Предприятия гостиничного бизнеса стремятся к расширению каналов продаж своих услуг, в связи с чем, возникает необходимость разработки политики продвижения гостиничных услуг.



Рисунок 1 – Современные системы продаж гостиничных услуг

На рисунке 1, представлены две системы продаж гостиничных услуг: глобальные дистрибьюторские системы (GDS) и альтернативные дистрибьюторские системы (ADS) бронирования. GDS (англ. Global Distribution System) – это международная компьютерная система бронирований [54]. На сегодняшний день существует 4 глобальные системы бронирования: Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre. Применение GDS, значительно сократило временные затраты и увеличило продуктивность деятельности туристических агентств, с помощью определенного набора команд, позволяющих найти нужную клиенту гостиницу, посмотреть цены, наличие мест и произвести бронирование. Сегодня более 800 тысяч туристических агентств, подключённых к терминалам глобальных дистрибьюторских систем Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre имеют возможность предоставлять своим клиентам полный спектр услуг по бронированию в режиме реального времени [9].

ADS (англ. Alternative Distribution System) выступили в качестве альтернативы GDS. ADS в отличие от GDS предоставляют услуги по бронированию туристических услуг частным клиентам, в то время как GDS, обеспечивает доступ только для туристических агентств. Интернет-порталы ADS (Booking.con, Ostrovok, Oktogo, Expedia.com, Orbitz.com, HRS.com, Travelocity.com, Hotels.com, Priceline.com, Hotels.su) предоставляют клиентам возможность самостоятельно в режиме реального времени выбрать нужную гостиницу, даты заезда и выезда, тип номера, забронировать размещение и получить на электронный ящик моментальное подтверждение о бронировании. Основные преимущества представления гостиницы в системах GDS и ADS заключаются в следующем:

1. Гостиница получает доступ к миллионам потенциальных клиентов и более чем 800000 турагентств по всему миру;
2. Подробная информация о гостинице (описание номеров, типов цен и графические файлы) попадает на тысячи каналов дистрибьюции;
3. Клиент в любом месте и в любое время самостоятельно или с помощью турагента может выбрать и забронировать необходимый вариант размещения;
4. Снижение временных и трудовых издержек гостиницы на продажи (продвижение продукта, бронирование);
5. Управление продажами через централизованную систему продаж (CRS), обеспечивающую хранение информации в электронном «личном кабинете» гостиницы (наличие свободных номеров, стоимость размещения).

Управление всеми системами онлайн бронирования осуществляется через инструмент Channel Manager, который разработан специально для упрощения работы отеля со всеми электронными каналами продаж [9].

Программа Channel Manager предоставляет следующие возможности:

– интеграция с модулем онлайн бронирования и известными PMS системами;
– использования более 60 востребованных систем онлайн продаж;
– информация для анализа цен конкурентов;
– управление тарифными планами и единой квотой одновременно во всех каналах продаж;
– хранения информация обо всех бронированиях в одном экстранете;
– доступа через интернет без установки специальных программ;
– доступность работы с любого мобильного устройства;
– статистика продаж по периодам, каналам продаж, странам, дополнительным услугам.

Совершенствование системы управления основными фондами организации гостиничного

бизнеса обусловлено необходимостью повышения качества управления сложной структурой инженерных систем современных гостиниц. В современных зданиях инженерное оборудование организовывается в виде совокупности систем, каждая из которых требует индивидуального обслуживания и не связана с другими, в связи, с чем применение устаревших механических методов практически невозможно. На смену механическим метам управления инженерными сетями зданий пришли автоматизированные системы управления зданиями (АСУЗ), инновационным представителем которых является технология BMS (Building Management System). Автоматическая система управления зданием становится необходимостью в современных условиях и повышает качество жизни в здании и создает превосходные условия для работы. Кроме того, автоматическая система управления значительно сокращает технические расходы и экономит ресурсы, в том числе и человеческие.

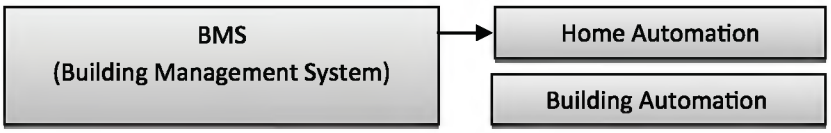


Рисунок 2 – Типы BMS-технологий

На рисунке 2, представлено два основных типы BMS-технологий:

– Home Automation, предназначенная для управления индивидуальным жилыми объектами (дома, квартиры); [10]

– Building Automation, созданная для управления административными зданиями (жилыми комплексами, гостиницами, бизнес-центрами, торговыми центрами, и т.п.). Центром управления BMS является компьютер, имеющий комплекс соответствующего программного обеспечения, объединяющий в единую сеть локальные контроллеры. В свою очередь, локальные контроллеры, служат приемником для всевозможных датчиков и управляющим элементом для инженерного оборудования. Контроллер, получая определенный сигнал от датчика, посылает определенную команду исполнительному устройству или направляет сигнал на центральный компьютер диспетчеру. Диспетчеризация предоставляет возможность круглосуточного наблюдения за работой всевозможных подсистем в режиме реального времени и позволяет осуществлять контроль состояния инженерных систем и управление настройками. BMS отслеживает, возникающие отклонения от нормы работы инженерных систем и информирует диспетчера о потенциальной опасности или ожидаемой поломке. Формируемые статистические отчеты о результатах работы инженерного оборудования, дают возможность проводить анализ его эффективности. BMS позволяет автоматизировать большинство трудоёмких процессов, и характеризуется следующими свойствами: надежностью – в силу уменьшения человеческого фактора риск неожиданных поломок существенно снижается; эффективностью – BMS оптимизирует работу инженерных систем, что дает на выходе максимально возможную эффективность; экономией – оптимизацией работы систем энергообеспечения, водо– и газоснабжения, отопления и кондиционирования позволяющей значительно экономить используемые ресурсы; комфортом – BMS обеспечивает удобство не только владельцам здания (в плане управления), но и конечным пользователям (в плане использования); оперативностью – автоматические системы безопасности, интегрированные в BMS, позволяют оперативно реагировать на любую чрезвычайную ситуацию.

Автоматическая система управления зданием становится необходимостью для владельцев недвижимости – как частной, так и коммерческой. Система автоматизации и диспетчеризации позволит не только управлять процессами и контролировать состояние оборудования с центрального диспетчерского пункта, но и избежать возникновение чрезвычайных аварийных ситуаций. При этом с помощью системы автоматизации источники и причины неисправностей определяются быстро и точно. Протоколирование всех происходящих событий позволит детально проанализировать возникшие ситуации. Использование BMS повышает качество жиз-

ни в здании и создает превосходные условия для работы. Кроме того, автоматическая система управления значительно сокращает технические расходы и экономит ресурсы, в том числе и человеческие.

Таким образом, вопросы обеспечения эффективного функционирования гостиничного бизнеса, особенно актуально в период финансового кризиса. Внедрение инновационных технологий управления предприятием гостиничного бизнеса позволит изменить подход к стратегическому управлению, увязав его с прогнозированием долгосрочных тенденций развития современных технологий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Велединский В.Г. Сервисная деятельность: учебник / В.Г. Велединский. – М.: КноРус, 2012. – 176 с.
2. Золкин Е.Ю. Анализ развития механизмов модернизации воспроизводственных процессов в курортно-рекреационном регионе-агломерации // Гуманитарные и социальные науки. 2010. № 5. С. 31-37.
3. Золкин Е.Ю. Концепция воспроизводственного подхода к развитию территориального образования агломерационного типа // Актуальные вопросы экономических наук. 2009. № 6-2. С. 16-21.
4. Золкин Е.Ю. Оптимизация управления развития социально-экономической системы агломерационного комплекса курортно-рекреационного типа // Гуманитарные и социальные науки. 2011. № 2. С. 23-28.
5. Коновалова К.Ю. Изучение направлений обеспечения эффективного развития региональной социально-экономической политики // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2014. № 2. С. 79-81.
6. Коновалова К.Ю. Особенности управления устойчивым развитием экономики региона // Молодежь и наука: реальность и будущее: Материалы VIII Международной научно-практической конференции / Ред.: Т.Н. Рябченко, Е.И. Бурьянова: в 2 томах. Том II: Экономические науки. Юридические науки. – Невинномысск: НИЭУП, 2015. С. 144-145.
7. Коновалова К.Ю. Разработка когнитивной модели повышения конкурентоспособности Северо-Кавказских регионов // Проблемы устойчивого развития российских регионов материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. ответственный редактор Л. Н. Руднева. 2014. С. 222-225.
8. Светуньков С. Г. Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/read/m19/2.html (дата обращения: 10.11.2015).
9. Информационно-справочный ресурс // [сайт]. [2015]. URL: http://prohotel.ru/news-143071/0/ (дата обращения: 10.11.2015).
10. Информационно-справочный ресурс, посвященный гостиничному бизнесу [Электронный ресурс] // [сайт]. [2015]. URL: http://prohotelia.com. (дата обращения: 10.11.2015).