

УДК 338:48:378 DOI: 10.14451/1.248.55

Реализация дополнительных услуг предприятий санаторно-курортного туризма

© 2025 Биттер Наталья Викторовна

Заведующий кафедрой Рекреационной географии, сервиса, туризма и гостеприимства РФ, кандидат педагогических наук, доцент. Алтайский государственный университет.

E-mail: valeolog@yandex.ru

Ключевые слова: сфера услуг санаторно-курортного туризма, дополнительные услуги.

Статья посвящена комплексному анализу процесса разработки и продвижения дополнительных услуг предприятий санаторно-курортного туризма. Определены основные виды дополнительных услуг, оказываемых на предприятиях санаторно-курортного туризма. Достоинством работы является практическое изучение комплекса дополнительных услуг в АО «Курорт Белокуриха» и оценка эффективности данных мероприятий. Результаты исследования позволяют разработать комплекс дополнительных услуг, который будет способствовать повышению конкурентоспособности предприятий санаторно-курортного туризма.

Введение

На сегодняшний день сферы туризма и гостеприимства являются экономически привлекательными отраслями для государства (как с точки зрения пополнения бюджета, так и с точки зрения создания рабочих мест), а также для повышения престижа отдельных территорий, для граждан — это возможность отдыха, познания, лечения и профилактики.

Развитие рекреационных территорий становится приоритетным с точки зрения экономики, так как направлено на перспективное улучшение качества жизни населения. Одним из основных показателей качества жизни населения являются показатели, определяющие уровень здоровья, продолжительность жизни населения и другие показатели, касающиеся здоровья нации. Соответственно, все большее значение приобретает оздоровительная функция туризма и, в частности, санаторно-курортные услуги.

Актуальность данной темы исследования обоснована тем, что необходимо постоянное продвижение предприятий туризма, гостеприимства, в том числе и санаторно-курортных учреждений на высококонкурентном рынке услуг, в том числе посредством охвата разных категорий клиентов и потребителей. Во многом этому способствуют не только определенный перечень услуг и комфорт, но и уникальные лечебные программы, направленные на оздоровление, реабилитацию и лечение, дополнительные услуги, лаконично «встроенные» в основные услуги учреждений.

В настоящее время предприятия санаторно-курортной отрасли предполагают не только оздоровительные и лечебные услуги, но и разработку целого комплекса оздоровительных программ, основных и дополнительных услуг, которые должны отвечать нормативно-правовым требованиям, а также запросам потребителей. Важность разработки дополнительного комплекса

услуг в санаторно-курортных учреждениях связана не только с повышением конкурентоспособности учреждения на основе расширенного перечня услуг и охвата больших целевых групп потребителей, но и с укреплением своей позиции на рынке, получении дополнительной прибыли.

Гипотеза исследования: внедрение или расширение комплекса дополнительных услуг в деятельность предприятий санаторно-курортного туризма окажет положительное влияние на уровень удовлетворенности гостей и будут способствовать повышению конкурентоспособности данных предприятий.

Целью статьи является комплексный анализ и исследование воздействия дополнительных услуг на конкурентоспособность, экономическую эффективность предприятий санаторно-курортного туризма, а также выявление направлений их успешной реализации.

Материалы и методы исследования

Исследованию вопросов организации дополнительных услуг в сфере гостеприимства и туризма, а именно в санаторно-курортной отрасли посвящены работы российских и зарубежных ученых: А. М. Ветитнева, Т. Е. Гварлиани, Я. А. Войновой, М. С. Оборина, А. В. Плотникова, Д. А. Лихтина, А. Д. Фесюн, Е. К. Воробей, А. Ю. Яковлева-Чернышева, Демикко, DeMicco F. J [1–5; 9; 11–14; 17; 20], [19, с. 36–49]. Изученные нами публикации по теме исследования позволяют отметить, что организация дополнительных услуг на предприятиях гостеприимства и туризма, происходящая в современном обществе, отражается на их развитии и продвижении на рынке.

Несмотря на большое количества исследований по данной научной теме остается открытым вопрос созданию комплекса дополнительных услуг как фактора повышения конкурентоспособности предприятий туризма и гостеприимства, а именно санаторно-курортных учреждений.

Методология исследования влияния дополнительных услуг предприятий санаторно-курортного туризма на повышение их конкурентоспособности основывается на теоретических

и практических методах исследования современного состояния организации дополнительных услуг, а также применения системного подхода к формированию комплекса дополнительных услуг данных предприятий. Применение сочетания количественного, качественного, сравнительного методов исследования, дают возможность проанализировать и выявить проблемы текущего состояния дополнительных услуг в санаторно-курортном туризме, а также выявить факторы, влияющие на их востребованность и качество.

Практической базой исследования выступило АО «Курорт Белокуриха» как крупнейшее предприятие санаторно-курортного туризма федерального значения, предлагающее разнообразные оздоровительные и дополнительные услуги. Проведение исследования на базе данного предприятия позволяет выявить ключевые услуги, востребованные потребителями, и оценить их влияние на привлекательность и получение дополнительного дохода предприятиями санаторно-курортного туризма.

Результаты исследований

Рынок санаторно-курортных и туристских услуг состоит из разнообразных по профилю и многочисленных туристских фирм, санаторно-курортных учреждений, гостиничных предприятий, различных организаций, имеющих целью проведение лечения, организацию оздоровительного отдыха, экскурсионную деятельность, туристических поездок и диетического питания отдыхающих. Санаторно-курортная отрасль является одной из наиболее динамично развивающихся в стране [2].

Направлений деятельности, реализуемых в санаторно-курортном комплексе в целом и учреждениях в частности, достаточно много и они не сосредоточены исключительно на лечении и реабилитации. Скворцова А. В отмечает, что санаторно-курортные услуги стоит рассматривать как комплекс услуг: лечебно-оздоровительные услуги, услуги размещения, питания, досуга» [16].

В отечественных санаториях и специализированных профилактических учреждениях внедряются различные лечебные и оздоровительные услуги, направления, обеспечивая основу функционирования лечебно-курортных организаций. Узкий подход определяет санаторно-курортные услуги как комплекс сервисов, предлагаемых предприятиями размещения в курортных зонах с целью восстановления здоровья отдыхающих и организации их отдыха с применением санаторных процедур [10]. Такое видение относит их к сегменту рекреационного обслуживания. Другой вариант трактовки охватывает мероприятия, проводимые медицинскими организациями, обладающими необходимой материально-технической базой и природно-лечебными ресурсами курортных территорий [9].

В научной литературе встречается понятие «санаторно-курортный продукт», которым обозначают совокупность услуг и товаров, реализуемых отдыхающему в рамках оформления путёвки. Под данным наименованием понимают пакет сервисов и материальных благ, приобретаемых за единую стоимость по договору санаторно-курортного обслуживания [15]. Такое распределение компонентов отражает логику коммерческой модели, при которой организация предлагает клиенту сформированный набор процедур, питания, проживания и дополнительных благ.

Улучшение качества лечебно-курортного обслуживания требует активного взаимодействия между элементами системы. По мнению А. Ю. Барановой, эффективный сервис формируется через системный подход, сочетающий интеграционные процедуры, институциональное регулирование и развитие курортной инфраструктуры [1].

В целом можно говорить о том, что санаторно-курортную услугу можно рассматривать как комплексное явление, сочетающее в себе нормативное, сущностное, системное и иное видение.

Многоплановое строение сервиса лечебно-курортного профиля выступает отличительной чертой гражданско-правового регулирования

профилактических и восстановительных мероприятий санаториев. Исследователи в области организации курортного сервиса, отмечают, что санаторно-курортные предприятия выполняют комплекс действий, включающих медико-санитарные процедуры, обеспечение питания, предоставление временных мест проживания, физкультурно-оздоровительные занятия, развлекательные программы, включая сервисное и бытовое сопровождение [8]. По Лихтину Д. А. модель таких услуг распадается на три уровня: базовую группу процедур, пакет дополнительных предложений и компонент индивидуализации [9].

В целом санаторно-курортная услуга — это целый комплекс как основных, так и дополнительных услуг, реализуемых в санаторно-курортном учреждении, основной целью которых является лечение, профилактика, восстановление и рекреация.

Как было отмечено выше, сегодня ориентация санаториев и профилакториев нацелена на потребителей и их желания. Соответственно комплекс санаторно-курортных услуг реализуется как эффективное и целенаправленное сочетание основных и дополнительных услуг.

Основные услуги в санатории включают проживание, питание, уборку, замену постельного белья, предоставление полотенец и средств личной гигиены. Выделим некоторые дополнительные услуги, которые могут быть доступны в санатории: деловые услуги (аренда комнат для проведения переговоров, конференций, семинаров, оснащение номеров оргтехникой, доступ в интернет), услуги в сфере здоровья и красоты (тренажёрный зал, спортивные площадки, закрытые или открытые бассейны, баня, сауна, SPA-процедуры, салоны красоты, парикмахерские и косметические кабинеты), организация досуга (магазины, ночной клуб, зал с игровыми автоматами, библиотека, проведение мастер-классов, ярмарок, тематических вечеринок и фестивалей на территории санатория).

Регионы с курортно-рекреационной специализацией демонстрируют динамику развития

в условиях экономического спада по ряду причин: адаптивность сферы обслуживания к переменам внешней среды, появление новых направлений туризма и изменение маршрутов туристических потоков, возросший интерес к оздоровительным программам на фоне укрепившегося интереса к здоровому стилю жизни и повышенной платёжеспособности жителей разных регионов страны. Интенсивное развитие отрасли на национальном и региональном уровнях в последние годы спровоцировало рост конкуренции на рынке [6].

Сочетание функций лечебного учреждения и гостиницы формирует суть санатория. Эксперты отмечают, что успех большинства участников туристического и оздоровительного рынка напрямую зависит от степени привязанности посетителей, другими словами, их лояльности. Достижение высоких показателей удержания гостей возможно лишь при создании инновационных и результативных программ, опирающихся на достижения маркетинговых исследований.

Сегодня санатории включают в свой перечень достаточно разнообразные дополнительные услуги, отличающие их конкурентов. Тем самым они привлекают все больший поток отдыхающих. В этом плане могут быть использованы не только всевозможные варианты досуга, отдыха и развлечений, но и использование эксклюзивных факторов природной среды и территории, на которой расположен тот или иной санаторий. Перечень дополнительных услуг может варьироваться в зависимости от профиля санатория, контингента туристов, климатических условий и других факторов.

Расширение объема предлагаемых услуг дополнительными услугами помогает привлечь новую аудиторию и удержать уже имеющуюся [18]. Это может происходить как за счет собственных ресурсов организации, так и при взаимодействии с другими агентами туристического рынка.

Дополнительные услуги подразделяются на бесплатные и платные [7]. Однако важно значение имеет не только перечень дополнительных услуг,

но и их позиционирование и сочетание с основными услугами санатория. Позиционирование является формированием собственного имиджа бренда и других его характеристик, который в воображении целевого сегмента рынка будет выгодно отличаться от других конкурентов. Разработка стратегии позиционирования на рынке оздоровительных услуг требует учёта характеристик ассортимента, географического расположения объектов, ожиданий целевой аудитории и потенциальных гостей с учётом их социально-экономических особенностей, а также анализа восприятия и мнений руководства о предложениях конкурентов. При этом акцент ставится не на сильные стороны соперников, а на выстраивании собственной неповторимой идентичности. Такой подход открывает предприятию путь к лидирующим позициям, формируя особое торговое предложение на фоне множества аналогичных организаций [10]. В этом плане можно говорить о создании так называемого уникального торгового предложения, что позволяет выделиться среди большого количества аналогичных санаториев на рынке.

Позиционирование и создание уникального «бренда» санаторно-курортного учреждения на высоко конкурентном рынке возможно только при развитии системы дополнительных услуг, интегрированной в общую систему комплекса оказания услуг. Для повышения экономической эффективности санаторно-курортных комплексов в современных реалиях требуется инновационный подход к использованию рекреационных ресурсов регионов. Каждая организация должна активно искать и внедрять новые возможности для повышения конкурентоспособности на рынке санаторно-оздоровительных услуг.

Таким образом, можно говорить о том, что разделение санаторно-оздоровительных и рекреационных услуг, основанных на природных ресурсах курортных зон, от дополнительных (медицинских, косметологических, сервисных и других), использующих производственные мощности санаторно-курортных организаций, позволяет улучшить качество и доступность услуг. Это

достигается за счет более полного удовлетворения разнообразных потребностей клиентов. Следовательно, развитие комплекса дополнительных услуг способствует повышению конкурентоспособности предприятия и его развитию.

Сегодня запросы и потребности клиентов завышены и не сосредоточены на оказании какой-либо одной услуги, даже если она будет основной. Потребители ориентированы на широкий спектр услуг, охватывающих всевозможные потребности клиента, причем как индивидуаль-

ного, так и корпоративного. В связи с этим санатории находятся в процессе постоянного развития, анализа рынка и целевых аудиторий. В этом плане комплекс дополнительных услуг лишь усиливается позиции организации на рынке и позволяет охватывать максимально возможное количество клиентов.

В рамках нашего исследования мы изучили виды дополнительных услуг, реализуемые в трех санаториях, входящих в АО «Курорт Белокуриха» (табл. 1).

Таблица 1. Перечень дополнительных услуг санаториев АО «Курорт Белокуриха».

Рекреационная инфраструктура	Санаторий «Белокуриха»	Санаторий «Катунь»	Санаторий «Сибирь»
Интернет	Wi-fi на территории и в корпусах	Wi-fi на территории и в корпусах	Wi-fi на территории и в корпусах
Парковка	+	+	+
Бассейн	бассейн с минеральной водой, летний бассейн	бассейн с минеральной водой	Летний бассейн
Ресторан	Ресторан «Мишель», лобби-бар, бар у бассейна, фитобар	Ресторан, фитобар	Ресторан, фитобар
Спорт	Спортивная площадка (Крытые площадки: зал ЛФК, тренажерный зал, спортивный зал для тенниса, волейбола, бадминтон. Открытые площадки: теннисный корт, дорожки для терренкура, волейбольная площадка, поде для мини-футбола, зона с уличными тренажерами, каток (зимнее время)	Спортивная площадка	Спортивная площадка, тренажерный зал
Прокат	прокат бытового, спорт. инвентаря и детской кровати-платно	Прокат инвентаря	Прокат инвентаря
Сауна, баня	+	термальный комплекс	банный комплекс с бассейном
Библиотека	+	+	+
Косметологические и СПА-услуги	оздоровительный центр «Водный мир», Spa-отделение	Спа-капсула, лимфодренаж, мини-сауна «Кедровая бочка»	СПА-центр, салон красоты

Продолжение на следующей странице

Таблица 1. Перечень дополнительных услуг санаториев АО «Курорт Белокуриха». (Продолжение таблицы)

Рекреационная инфраструктура	Санаторий «Белокуриха»	Санаторий «Катунь»	Санаторий «Сибирь»
Детская площадка, игровая комната	+	детский клуб «Панда»	Игровая комната, игровая площадка
Конференц-зал	+	+	+
Банкетный зал	+	+	
Аренда беседок, зон барбекю	–	–	–
Дополнительно	Бильярдный зал, танцевальный зал, киноконцертный зал, настольные игры, мастер-классы, экскурсии	Танцевально-развлекательные программы, караоке, экскурсии, каток	Танцевальный зал, терренкуры, экскурсии, киноконцертный зал, караоке, каток

Источник: Составлено автором.

Стоит отметить, что перечень дополнительных услуг в трех санаториях схож между собой, но при этом имеет разнообразный характер – тем самым ориентирован на широкие круги потребителей. Санатории предоставляют широкий перечень дополнительных услуг, создавая все условия для комфортного отдыха и лечения.

Услугами санаториев АО «Курорт Белокуриха» воспользовались почти 37 тыс. гостей по итогам 2023 года. С января по сентябрь 2024 года в санаториях АО «Курорт Белокуриха» отдохнули около 29 тысяч человек – примерно на 1200 туристов больше, чем за девять месяцев 2023 года. Загрузка санаториев превышает 100%. Все дополнительные услуги пользуются высоким спросом.

С целью выявления основных отличий от конкурентов, а также с целью совершенствования организации комплекса дополнительных услуг, был проведен конкурентный анализ. Был выбран метод «многоугольник конкурентоспособности». В результате анализа можно выделить те сильные стороны, которые послужат конкурентными преимуществами. Именно эти преимущества можно использовать в рекламе и продвижении, а также позиционировании и развитии комплекса услуг санатория.

Для сравнения были выбраны два санатория схожего профиля – санаторий «Россия» и санаторий «Алтай». Были выделены определенные критерии конкурентоспособности, по которым производилось сравнение и выставлены экспертные оценки (табл. 2).

Таблица 2. Параметры конкурентоспособности.

Параметры	Санаторий «Белокуриха»	Санаторий «Россия»	Санаторий «Алтай»
Качество предоставляемых услуг, квалификация персонала	9,7	9,5	9,8
Широкий спектр предлагаемых продуктов и услуг	8,6	9,3	10
Ассортимент дополнительных услуг, организация досуга отдыхающих	7,4	9,1	9,3
Уровень цен, акции, скидки	8,6	9,3	8

Продолжение на следующей странице

Таблица 2. Параметры конкурентоспособности. (Продолжение таблицы)

Параметры	Санаторий «Белокуриха»	Санаторий «Россия»	Санаторий «Алтай»
Наличие разного рода лечебных программ для разных категорий отдыхающих	9	9,8	10
Номерной фонд	8,4	8,7	9
Качеств обслуживания и питания	8,8	10	9
Уникальность продукта/услуги	8,2	8,3	8,4
Рекламно-информационная деятельность	7,1	9,5	9,6
Месторасположение	8,4	8,7	9,3

Источник: Составлено автором.

Отметим, что санаторий «Белокуриха» предоставляет качественные услуги и продукты, однако перечень и возможность индивидуального подхода в анализируемых других санаториях немного выше. Для развития комплекса оздоровительных услуг санатория он имеет все ресурсы и возможности – квалифицированный персонал, высокое качество обслуживания и удобное расположение для отдыхающих, в том числе соответствующую инфраструктуру. Есть потенциал для дальнейшего развития комплекса дополнительных услуг с целью повышения лояльности потребителей и повышения конкурентоспособности санатория на рынке.

Таким образом, в условиях жесткой конкуренции организация мероприятий разного формата в рамках оказания дополнительных услуг санаторием является важнейшим условием поддержания конкурентоспособности. Для того чтобы максимально удовлетворять потребности гостей, необходимо постоянное совершенствование и улучшение деятельности служб по организации мероприятий как по содержанию, так и по интенсивности, времени, масштабу и другим параметрам. Грамотное сочетание основных и дополнительных услуг является инструментом позиционирования и отстранения от конкурентов, а значит привлечения максимально возмож-

ного количества клиентов.

В изучаемой организации – санаторий «Белокуриха» – создана и работает система дополнительных услуг, соответствующих уровню 4 звезд. С целью выявления проблем в системе оказания дополнительных услуг был проведен опрос 137 клиентов санатория в сети Интернет.

Подавляющее большинство респондентов оценили систему оказания дополнительных услуг в санатории «Белокуриха» высокими баллами, выше 3 – 79% опрошенных.

Оценка респондентами системы досуга и развлечений в санатории «Белокуриха» показала, что подавляющее большинство положительно отмечает систему досуга и развлечений в санатории.

При выявлении каких дополнительных услуг не хватает в санатории получены следующие ответы: 17% опрошенных отметили отсутствие системы лояльности для постоянных клиентов, 26% – отсутствие досуговой деятельности для семей с детьми, 14% написали, что не хватает целостной информации о всех услугах санатория (печатной или в сети Интернет), 32% хотели бы видеть более тщательный контроль за качеством предоставления услуг со стороны администрации санатория.

Таблица 3. Динамика доходов от дополнительных услуг санаторий «Белокуриха».

	2019	2020	2021	2022	2023
курортная поликлиника за консультационные и диагностические услуги	17,2	12	12,2	12,8	13,1
ОЦ «Водный мир»	6,5	2,6	2,9	3,4	3,6
подразделения общественного питания (бары, рестораны)	34,1	27,4	26,8	27,1	27,3
ГГРЭС за реализацию азотно-кремнистой термальной минеральной воды и радиологические замеры внешним потребителям	16,4	12,1	12,4	12,7	13,4
торговый павильон №1, №2	7	5,9	5,7	6,2	6,7
«Белокуриха-2»	3,7	4	4,4	4,9	5,2
«Белокуриха-village»	0,6	1,7	2,2	2,8	3,2
Прачечная, отдел снабжения КП	1,2	0,5	0,8	1,7	2,7
Итого	86,7	66,2	67,4	71,6	75,2

Источник: Составлено автором.

Таким образом, подводя итог можно говорить о том, что в системе предоставления дополнительных услуг в санатории «Белокуриха» по мнению клиентов не хватает системы лояльности для постоянных клиентов, ограниченный выбор семейного досуга с детьми, более тщательного контроля за оказанием качества предоставляемых услуг со стороны администрации санатория.

Мы рассмотрели динамику доходов, полученных от оказания дополнительных услуг (табл. 3).

Визуально динамика общего дохода от дополнительных услуг представлена ниже (рис. 1).

Динамика доходов по видам дополнительных услуг представлена на рисунке 1. На диаграмме также обозначен спад 2020 г., с 2022 г. наблюдается стабильный рост по всем направлениям деятельности.

Основные риски, связанные с растущей конкуренцией, включают в себя: практику демпинга цен на туры, сокращение или отмену финансовых источников из-за уменьшения социальных программ у компаний-партнеров, ухудшение платежеспособности населения в России и утечку квалифицированных специалистов.

Среди дополнительных факторов риска можно выделить нежелание многих владельцев санаторно-курортных комплексов принимать участие в софинансировании развития инфраструктуры курорта.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что в системе предоставления дополнительных услуг в санатории «Белокуриха» по мнению клиентов не хватает системы лояльности для постоянных клиентов, ограниченный выбор семейного досуга с детьми, более тщательного контроля за оказанием качества предоставляемых услуг со стороны администрации санатория. Также система мотивации и развития персонала в санатории присутствует, но не отражает потребности самих сотрудников и не является с их точки зрения эффективной.

Заключение

Проведенное нами эмпирическое исследование позволило выявить закономерность влияния комплекса дополнительных услуг предприятий санаторно-курортного туризма на повышение их конкурентоспособности, и привлечения клиентов. Комплекс дополнительных услуг также способствует увеличению доходов предприятий. Также удалось выявить, что дополнительные

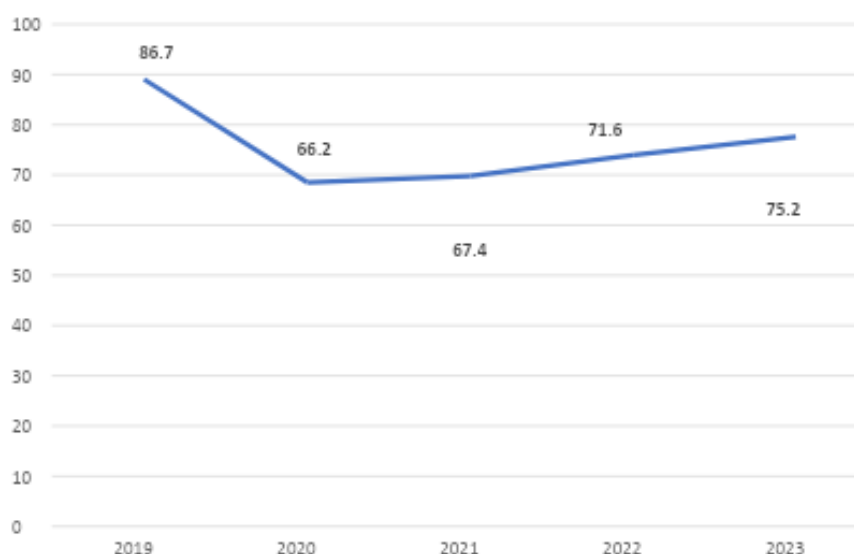


Рис. 1. Динамика дохода санаторий «Белокуриха» от оказания дополнительных услуг. Составлено автором.

услуги должны соответствовать ожиданиям потребителей, что требует регулярного проведения исследований потребительских предпочтений и как следствие адаптации предложений в соответствии с изменениями на рынке дополнительных услуг. Маркетинговые стратегии предприятий санаторно-курортного туризма целесообразно направлять на продвижение уникальных дополнительных услуг посредством использования современных платформ продвижения (цифровых, социальных сетей и т.п.), что способствует расширению целевой аудитории предприятий.

Интеграция дополнительных и основных услуг предприятий позволяет создать комплексный продукт, привлекательный для потребителей, что способствует повышению уровня лояльности потребителей и повышения конкурентоспособности предприятия в целом. Важность разработки дополнительного комплекса услуг в санаторно-курортных учреждениях связана не только с повышением конкурентоспособности учреждения, на основе расширенного перечня услуг и охвата больших целевых групп потребителей, но и с укреплением таким образом своей позиции на рынке, получении дополнительной

прибыли. Роль дополнительных услуг в санаторно-курортном туризме заключается в том, чтобы обеспечить полноценное оздоровление и комфортный отдых для отдыхающих. Таким образом, применение системного подхода к реализации дополнительных услуг на предприятиях санаторно-курортного туризма является необходимым.

Направлениями дальнейших исследований по данной теме могут осуществляться в следующих направлениях: изучение влияния конкретных дополнительных услуг на повышение уровня удовлетворенности гостей и их повторные посещения санаторно-курортных предприятий, рассмотрение аспектов ценообразования дополнительных услуг, применения инновационных технологий в предоставлении данных услуг. Одним из направлений исследований может также стать изучение влияния трендов здоровья, оздоровления, превентивной медицины на повышение спроса на дополнительные услуги санаторно-курортного туризма, что позволит в дальнейшем предприятиям более быстрее адаптироваться к изменениям на рынке санаторно-курортного туризма и расширить целевой рынок потребителей.

Библиографический список

1. Баранова А. Ю. Системный подход к формированию санаторно-курортных услуг // Вестник академии знаний. – 2018. – № 26. – С. 43–50.
2. Ветитнев А. М., Войнова Я. А. Коммерциализация санаториев в современных рыночных условиях : материалы круглого стола с международным участием. Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова Пермский институт (филиал) // Настоящее и будущее санаторно-курортной деятельности Пермского края. – 2015. – С. 16–20.
3. Войнова Я. А. Развитие санаторно-курортного продукта в условиях социально-экономических вызовов // Известия Субтропического научного центра Российской академии наук. – 2024. – № 4–1. – С. 1–19.
4. Воробей Е. К., Виноградская О. Ю. Новейшее поколение потребителей санаторно-курортных услуг // Социально-экономическое пространство регионов. – 2024. – № 3. – С. 150–159.
5. Гварлиани Т. Е., Ветитнев А. М. К вопросу о повышении эффективности санаторно-курортных услуг // Сервис в России и за рубежом. – 2023. – Т. 17, № 7. – С. 64–76. – DOI: [10.5281/zenodo.10561086](https://doi.org/10.5281/zenodo.10561086).
6. Грохотова Н. В., Каверзина Л. А., Черутова М. И. Экономическое состояние санаторно-курортной сферы услуг в РФ: проблемы и перспективы развития // Проблемы социально-экономического развития Сибири Экономическое состояние. – 2023. – № 1. – С. 17–23.
7. Дусенко С. В., Рогачева О. А. Технология и организация предоставления дополнительных услуг в гостиничном бизнесе // Инновации и инвестиции. – 2020. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-i-organizatsiya-predostavleniya-dopolnitelnyh-uslug-v-gostinichnom-biznese> (дата обр. 12.06.2025).
8. Лимонов В. И. Социально-экономическая природа санаторно-курортных услуг // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – 8 (часть 5). – С. 792–796.
9. Лихтин Д. А. Санаторно-курортные услуги: природа, специфика и подходы к классификации // Экономика и управление. – 2022. – Т. 28, № 9. – С. 944–954.
10. Новикова Е. П., Левкевич М. М. монография. – Краснодар : Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2017. – 175 с.
11. Оборин М. С. Применение концепции маркетинг-менеджмента при разработке лечебно-оздоровительных продуктов и услуг // Государственное управление. Электронный вестник. – 2019. – № 73. – С. 112–137.
12. Оборин М. С. Социально-экономическая роль санаторно-курортной деятельности в федеральных округах России: основные направления и динамика // Вестник АГТУ. – 2014. – № 2. – С. 70–77.
13. Оборин М. С., Нагоева Т. А., Кожушкина И. В. Научно-теоретические подходы к определению роли санаторно-курортного комплекса в социально-экономическом развитии региона // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2020. – № 5. – С. 93–105.
14. Оборин М. С., Плотников А. В. Маркетинговая стратегия в санаторно-курортной деятельности. // Экономика. Информатика. – 2012. – № 24. – С. 21–26.
15. Регалин В. В. Санаторно-курортная услуга как комплексный вид гражданско-правовой деятельности, защиты жизни и здоровья граждан. // Теория и практика общественного развития. – 2017. – № 12. – С. 1–4.
16. Скворцова А. В. Основные факторы санаторно-курортной сферы повышающие конкурентоспособность : Труды межрегиональной научно-практической конференции, посвященные 50-летию ВГАФК. Публикуется в авторской редакции // Научно-методические подходы к повышению качества подготовки менеджеров-управленцев и специалистов для сферы высшего профессионального образования. – 2009. – С. 138–140.
17. Фесюн А. Д., Яковлев М. Ю. Нормативно-правовое регулирование санаторно-курортного лечения и медицинской реабилитации // Вестник Медицинского института непрерывного образования. – 2022. – (4). – С. 56–59.
18. Филонова Э. А., Бердышев О. К. Дополнительные услуги как способ повышения эффективности предприятий гостиничного бизнеса // Управление и экономика в XXI веке. – 2017. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dopolnitelnye-uslugi-kak-sposob-povysheniya-effektivnosti-predpriyatiy-gostinichnogo-biznesa> (дата обр. 12.06.2025).
19. Яковлева-Чернышева А. Ю. Теоретико-методологические аспекты управления предпринимательством в санаторно-курортной сфере // Механизмы решения проблем социально-экономического развития / под ред. Г. Ю. Гуляева. – Пенза, 2016.
20. DeMicco F. J. New innovations in medical tourism and wellness in Europe: Switzerland // Medical Tourism and Wellness: Hospitality Bridging Healthcare (H2H). – New York : Apple Academic Press, 2017. – P. 279–288.