



Лесников А.И.
Lesnikov A.I.

кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Туризм, гостиничный
и ресторанный сервис»,
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
нефтяной технический университет»,
г. Уфа,
Российская Федерация



Котова Т.П.
Kotova T.P.

кандидат исторических наук,
доцент кафедры «Туризм, гостиничный
и ресторанный сервис»,
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
нефтяной технический университет»,
г. Уфа,
Российская Федерация

УДК 338.487:339.13.017

DOI: 10.17122/2541-8904-2023-2-44-46-56

ТРЕНДЫ ИННОВАЦИОННОЙ СЕРВИСНОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В КОНТЕКСТЕ ДИВЕРГЕНТНОГО СЕРВИСА

Внедрение концепции дивергентного сервиса в организационно-сервисный процесс предприятий индустрии гостеприимства, в том числе санаторно-курортных комплексов, основывается на базовых трендах индустрии гостеприимства, это исследование поведения потребителей и их рекреационных потребностей; формирование команды специалистов с креативной направленностью для организации программ инновационного сервиса с использованием рекреационных технологий и дивергентных подходов; создание условий в части проектирования пространственной среды для создания точек притяжения, атмосферы в симбиозе с комплексом дополнительных услуг, как сервисного, так и медицинского характера.

Дивергентное мышление определяет креативный путь развития – матричное построение организационной культуры, конвергентное мышление определяет конструктивный путь развития – иерархическое построение организационной культуры. Концептуальный подход в организации сервисных процессов позволит дифференцированно повышать индекс удовлетворённости потребителей, а также ориентироваться в современных трендах в сфере оздоровительного туризма.

Важность оценки реального положения качества сервиса заключается в анализе базовых инструментов оценки качества и системного мониторинга удовлетворённости потребителей, поиске наиболее подходящих конкретному предприятию гостеприимства дивергентных подходов в решении сервисных задач.

Предприятия индустрии гостеприимства используют в своей организационной культуре традиционные системы управления и контроля качества – конвергентный подход. В случае с дивергентным подходом используют достаточно редко, в связи с тем, что управленческий персонал не готов ещё вставать на инновационные рельсы; это вызвано несколькими факторами:

- риски, связанные с необоснованными финансовыми издержками;
- отсутствие креативной команды, способной к решению актуальных задач;
- страх отойти от традиционной системы управления, контроля и системы оплаты труда;

- слабая мотивация профессионального роста и сложность выхода из шаблона ментальной матрицы продвижения и продаж санаторного и курортного продукта. Концептуальное решение внедрения программы дивергентного сервиса в условиях санаторно-курортного комплекса, как показывают практики по апробации программ с индивидуальной траекторией отдыха, имеет достаточно высокую оценку с точки зрения потребителей.

Ключевые слова: дивергенция, сервисная система, концептуальный подход, индекс удовлетворённости, конвергенция, тренд.

TRENDS IN THE INNOVATIVE SERVICE SYSTEM OF HOSPITALITY INDUSTRY ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF DIVERGENT SERVICE

The introduction of the concept of divergent service into the organizational and service process of hospitality industry enterprises, including sanatorium-resort complexes, is based on the basic trends of the hospitality industry, this is the study of consumer behavior and their recreational needs; the formation of a team of specialists with a creative focus for the organization of innovative service programs using recreational technologies and divergent approaches; the creation of conditions in parts of the design of the spatial environment to create points of attraction, atmospherics in symbiosis with a set of additional services, both service and medical. Divergent thinking determines the creative way of development – the matrix construction of organizational culture, convergent thinking determines the constructive way of development – the hierarchical construction of organizational culture.

The conceptual approach in the organization of service processes will allow to differentially increase the index of customer satisfaction, as well as to navigate modern trends in the field of health tourism. The importance of assessing the real situation of the quality of service lies in the analysis of basic quality assessment tools and system monitoring of customer satisfaction, finding the most suitable divergent approaches to solving service tasks for a specific hospitality enterprise. Hospitality industry enterprises use traditional management and quality control systems in their organizational culture – a convergent approach. In the case of the divergent approach, it is used quite rarely, due to the fact that the management staff is not yet ready to embark on innovative tracks, this is caused by several factors:

- risks associated with unreasonable financial costs;
- lack of a creative team capable of solving current problems;
- fear of moving away from the traditional management system, control and remuneration system;
- weak motivation for professional growth and the difficulty of getting out of the template of the mental matrix of promotion and sales of sanatorium and resort products.

The conceptual solution of the implementation of the divergent service program in the conditions of the sanatorium-resort complex, as shown by the practice of testing programs with an individual trajectory of recreation, has a fairly high rating from the point of view of consumers.

Key words: divergence, service system, conceptual approach, satisfaction index, convergence, trend.

Введение

Из истории развития индустрии гостеприимства и изучения работ представителей американской школы маркетинга услуг [1-3], а также других зарубежных [4, 5] и отечественных авторов, посвященных изучению методологии и методов оценки качества услуг [6-9], можно сделать предположение, что курортный и гостиничный бизнес развивался

по канонам конвергентного менеджмента. Сервисная логистика выстраивалась по принципу «решение проблем по мере их поступления». Дивергентный подход к сервисной организации процесса помогает предприятиям гостеприимства искать креативные способы решения задач, тем самым предвосхищать ожидания гостя и не только удовлетво-

рять его биогенные потребности, но и потребности в рекреации.

Дивергенция в социальных науках – увеличение качественного разнообразия институционально-политических, социально-культурных, идеологических и иных проявлений от лат. *divergere* – обнаруживать расхождение.

Меняется социокультурная ситуация в обществе, а значит, по закономерным правилам, должны меняться подходы, методы, механизмы сервисной организации на предприятиях курортной и гостиничной индустрии.

Вопросы инновационного сервиса и новых внутрикорпоративных стандартов качества сервиса исследуются авторами в ряде статей [10-14]. Авторы данной работы разработали факторную модель причин и противоречий некачественного сервиса [15].

В настоящее время дивергентные технологии еще не ощущают должного внимания, как по размерам ассигнуемых на них средств, так и по подготовке соответствующих профессиональных кадров. Перспективы развития общества во многом зависят от уровня разработки и мастерства освоения технических, экономических и организационных технологий самого высокого уровня. Чем выше научно-технические достижения, тем больше их практическая внедряемость и антропологическая позитивность зависят от качества используемых в управлении человеческих ощущений.

Новая социально-экономическая реальность требует творчества от всех сотрудников компаний, предоставляющих услуги. Большинство крупных организаций пришли к заключению, что без потока новых решений, непрерывного внедрения инновационных методов работы невозможно удерживать лидерские позиции на рынке.

Дивергентное мышление определяет креативный путь развития – матричное построение организационной культуры, конвергентное мышление определяет конструктивный путь развития – иерархическое построение организационной культуры. Концептуальный сервис – это сервис, в котором воспринимае-

мая ценность предложения для потребителя определяется в большей степени предоставляемыми ему услугами, чем предлагаемыми продуктами. Концептуальный подход в организации сервисных процессов позволит дифференцированно повышать индекс удовлетворённости потребителей, а также ориентироваться в современных трендах рынка сферы услуг. Важность оценки реального положения в качестве сервиса заключается в анализе базовых инструментов оценки качества и системного мониторинга удовлетворённости потребителей, поиске наиболее подходящих конкретному предприятию гостеприимства дивергентных подходов в решении сервисных задач.

Цель построения инновационной сервисной системы в условиях предприятий индустрии гостеприимства заключается в том, чтобы провести исследование рекреационного пространства и организацию сервисных процессов для определения проблем и противоречий, возникающих как среди потребителей, так и среди сотрудников предприятия.

В построении модели инновационной сервисной системы мы сконцентрировались на базовых задачах исследования, а именно:

- рассмотрение нормативно-правового регулирования организационно-сервисных процессов на предприятии;
- исследование и изучение методов и подходов дивергентного сервиса, приемлемых в условиях предприятия индустрии гостеприимства;
- анализ концептуальных подходов в проектировании сервисной среды для потребителей на основе мирового и отечественного опыта;
- анализ инфраструктурного решения санаторно-курортного комплекса как базы для внедрения дивергентного сервиса;
- обозначение результатов оценки потребителями изменяющейся сервисной среды на курорте;
- формирование концептуального решения с использованием методов и приёмов дивергентного сервиса для санаторно-курортного комплекса.

Внедрение концепции дивергентного сервиса в организационно-сервисный процесс санаторно-курортного комплекса основывается на трёх трендах индустрии гостеприимства:

- 1) исследование поведения потребителей и их рекреационных потребностей;
- 2) формирование команды специалистов с креативной направленностью для организации и реализации клиентоориентированных программ инновационного сервиса и рекреационных технологий и дивергентных подходов;
- 3) создание условий в части проектирования пространственной среды для формирования точек притяжения, атмосферы в симбиозе с комплексом дополнительных услуг, как сервисного, так и медицинского характера.

Системное исследование потребителей с целью повышения индекса удовлетворённости требует модернизации организационно-сервисных процессов в контексте дивергентных подходов и концептуальных решений.

Инновационная сервисная система состоит в том, что впервые используется и применяется понятие дивергентный подход в апробации и внедрении целого комплекса программ для повышения уровня и качества сервиса, что в целом меняет систему отношения к отдыхающим, мотивирует персонал к повышению квалификации и вносит изменения в систему управления качеством сервиса санаторно-курортного комплекса.

Методы. Концепция дивергентного сервиса ориентирована на повышение индекса удовлетворённости и получение ярких впечатлений отдыхающими.

Концептуальные отели становятся всё более востребованными у российского потребителя. Их главная особенность в том, чтобы удивить гостя, дать возможность погрузиться в другую, непривычную среду, что позволяет гостю расширить палитру впечатлений, атмосферного самочувствия [16, 17].

Бизнес-процессы, которые ориентированы на развитие концептуальных средств размещения с использованием программ дивергентного сервиса и инновационных сервис-

ных процессов, требуют глубоких изменений системы не только ментального характера, но и стратегического решения в части позиционирования на рынке. Концептуальные средства размещения характеризуются следующими признаками: философия, концепция, атмосфера, интерьер, локация, методика проектирования пространства, метод ценообразования, тарификация, сегментация потребителей, миссия и социально-экономическое значение, характерные признаки.

Предприятия индустрии гостеприимства используют в своей организационной культуре традиционные системы управления и контроля качества – конвергентный подход. В случае с дивергентной концепцией сервиса используют достаточно редко в связи с тем, что управленческий персонал не готов ещё вставать на инновационные рельсы; это вызвано несколькими факторами:

- риски, связанные с необоснованными финансовыми издержками;
- отсутствие креативной команды, способной к решению актуальных задач;
- страх отойти от традиционной системы управления, контроля и системы оплаты труда;
- слабая мотивация профессионального роста и сложившегося шаблона ментальной матрицы продвижения и продаж.

Концептуальное решение внедрения программы дивергентного сервиса в условиях санаторно-курортного комплекса, как показывают практики по апробации программ, имеет достаточно высокую оценку с точки зрения потребителей.

Сравнительные характеристики дивергентного и конвергентного подхода в разработке концепции развития предприятия индустрии гостеприимства представлены в таблице.

Таблица. Отличительные характеристики дивергентного и конвергентного подхода в разработке концепции развития предприятий индустрии гостеприимства

Отличительные характеристики	Дивергентный	Конвергентный
1. Доступность	Учитываются индивидуальные особенности гостей в организации сервиса и культурного досуга	Доступность всех услуг с учётом времени и пространственной организации сервиса
2. Безопасность	Жизни и здоровья, собственности гостя	Жизни и здоровья, собственности гостя
3. Надежность	Риск исполнения ввиду несоответствующей квалификации персонала, в части внедрения новых креативных идей в сервисный процесс, финансовый риск	Плановый подход к организации сервисных процессов во избежание рисков, проблемы решаются по мере их поступления
4. Полнота услуг	Осязаемость дополнительных услуг представлена различными средствами выразительности (видео, иллюстрации, указатели, аудиосопровождение, анимация)	Ограничивается представлением услуг на информационных ресурсах (сайт, стенды, прайсы, оператор)
5. Физические носители	Функциональность, комфортность, этичность, эстетичность, аутентичность (воздействие на 5 органов чувств)	Функциональность, комфортность, санитарно-гигиенические характеристики, морально-этические принципы организации
6. Характеристика обслуживания	Эмпатия – установление доверительных отношений, соблюдение интересов потребителей. Сервильность – профессиональная готовность персонала к принятию уровня запроса качества сервиса потребителем услуг, неосязаемые характеристики услуг	Установленные или наработанные стандарты обслуживания, привязка к ценностям корпоративной идеологии и культуры
7. Характеристика результата	Атмосферика – восприятие услуги в целом, возможность встретиться с приятными людьми, соответствие ожидаемого и полученного результата, поиск нестандартных способов решения задач, связанных с качеством сервиса	Следование должностным инструкциям, общепринятым нормам и стандартам. Большая зависимость от исполнительского мастерства персонала. Результат достигается путём стимулирования оплаты труда и безупречного исполнения приказов руководителя
8. Характерная особенность инновационной сервисной системы	Связано с порождением множества решений на основе однозначных данных, вариативность в достижении результата	Мышление направлено на поиск единственно верного результата
8.1. Инструменты	Инструменты подбираются исходя из результатов мониторинга оценки качества оказываемых услуг и поведения потребителей	Инструменты взаимодействия определяются на основе нормативно-правовых актов и управленческих решений, установленных организационной культурой предприятия
8.2. Характеристики успешного процесса	Показатели корреляции индекса удовлетворённости потребителей. Индивидуальный подход. Системы мотивации персонала для профессионального роста	Система поощрения сотрудников за высокие показатели труда, бонусные программы, программы лояльности гостей
8.3. Прогностическая значимость результатов	Находит своё отражение в повышении удовлетворённости потребителей по окончании отдыха. Результат совершенствуется на основе проб и ошибок в организационно-сервисном процессе	Результат представлен в аналитических показателях на основе маркетинговых исследований, анализа продаж. Решение проблем по мере их поступления

Отличительные характеристики	Дивергентный	Конвергентный
8.4. Важнейший фактор конкурентоспособности	Талант, ориентация на формирование команды, творческие кадры, портрет потребителя. Пространственное проектирование среды для потребителей Ориентация на целевую группу, анализ деятельности конкурентов, расширение комплекса дополнительных услуг	Ориентация на целевую группу, анализ деятельности конкурентов, расширение комплекса дополнительных услуг
8.5. Направление мышления	Исследование различных внешних направлений, поиск форм и методов создания комфортной среды	Линейное и внутреннее сосредоточение на самом выгодном решении с точки зрения экономической целесообразности
8.6. Инновации сервиса	Фокусировка на уникальных и оригинальных идеях, установках, подходах, концепциях	Использование традиционных, проверенных методов
8.7. Ограниченность	Не имеет каких-либо рамок деятельности, концептуальный подход в развитии предприятия	Стремление работать в рамках установленных внутрикорпоративных стандартов и собственного опыта управления коллективом и потребителями
8.8. Установка рамок	Рассматривает концепции менее жестко, учитывает «серые» зоны и менее определенные перспективы решений	Видит фиксированные стороны
8.9. Коэффициент полезного действия	Определяется климатом внутри коллектива, воодушевление на достижение положительных результатов в сервисных показателях	Определяется системой контроля качества на основании критериев, технических условий, системой стимулирования персонала
8.10. Влияние личности	Открытость для нового опыта и привлечения редких специалистов для внедрения инноваций. Ориентированы на использование различных точек зрения	Конструктивное решение, основанное на целях бизнеса, использование в основном апробированных методов достижения цели
8.11. Влияние на эмоциональную атмосферу	Коррелирует с позитивными эмоциональными состояниями	Коррелирует с отношениями внутри коллектива и оценкой потребителей
8.12. Ценности	Формируются в результате развития команды	Сформулированы в корпоративной культуре предприятия
8.13. Интерпретация	Поощряются креативные подходы в организационно-сервисном процессе, а также в продажах и продвижении	Поощряются продуктивные сотрудники с высоким КПД
8.14. Активность мозговой деятельности	Дивергентное мышление в основном связано с творческим подходом, активная рефлексия в создании комфортной среды потребителя	Конвергентное мышление связано с логикой, четкой последовательностью действий, активная рефлексия в упорядочении действий персонала и потребителя
8.15. Аргументация	«Заботясь о счастье гостей, мы создаём своё собственное»	«Мы стремимся жить лучше»
8.16. Соотношение количество/качество	Позиция дивергентного сервиса состоит в том, что качество/количество ориентировано на каждого потребителя с учётом его индивидуальных особенностей и психологических характеристик. Модель взаимодействия «партнёр = партнёр»	Позиция конвергентного сервиса поддерживает качество с целью увеличения количества, ориентация на общественное мнение. Модель взаимодействия «начальник – подчинённый»
8.17. Время	Творческий процесс временем не регламентируется, распорядок дня может видоизменяться для решения задачи	Работает тайм-менеджмент, четкое соблюдение графика и распорядка дня

Всё больше людей, достигших пенсионного возраста, не хотят оставаться на месте и просто читать газету каждое утро. У многих пенсионеров еще осталась тяга к путешествиям и крепкое здоровье, чтобы переносить расстояния и активно принимать участие в различных программах инновационного сервиса.

В настоящее время заметно возрос спрос на индивидуальные услуги и продукты. Креативность перестает быть компетенцией, обязательной только для творческих профессий.

Предприятия гостеприимства уделяют большое внимание внедрению оригинальных, тематических номеров в средствах размещения, это не только увеличивает интерес потребителей, но и является конкурентным преимуществом. Одним из самых востребованных, популярных вариантов для оформления номеров в народном стиле являются этнические культуры (башкирская, русская, татарская, удмуртская, белорусская и финно-угорская). Дизайнерское оформление интерьера номеров предусматривает использование декоративных элементов, типичных для минувших столетий.

Особое внимание уделяется формированию системы стандартов качества сервиса в поведении сотрудников и их отношении к потребителям.

Организационная инерция является одной из сложных задач индустрии гостеприимства

на современном этапе (стремление персонала выполнять свою работу одним из выверенных способов только потому, что прежде это приносило неплохие результаты). Приходит осознание того, что необходимо генерировать поступательное развитие к новому уровню эффективности, модернизации традиционных методов и системы работы. При этом важная роль принадлежит креативным лидерам, которые видят свою роль в самосовершенствовании команды, ориентированной на повышение уровня удовлетворённости гостей во всех контактных зонах предприятия. Системная обратная связь влияет на необходимость контактировать с потребителями в соответствии с их ожиданиями в получении качественного сервиса, питания, культурного досуга и других рекреационных возможностей предприятия.

На рисунке отображён суммарный показатель уровня дивергенции в инновационной сервисной системе курорта. Исследование проводилось среди отдыхающих курорта и персонала. Также проводился мониторинг индекса удовлетворённости в комментариях, оставленных отдыхающими в социальных сетях и на сайте курорта. Выборку составили 6 показателей сервисной системы, показатель индекса удовлетворённости – 23 из 30. Это самая высокая оценка, ею отмечена хорошая лечебная база, что компенсирует общее впечатление от всего спектра услуг среди отдыхающих.

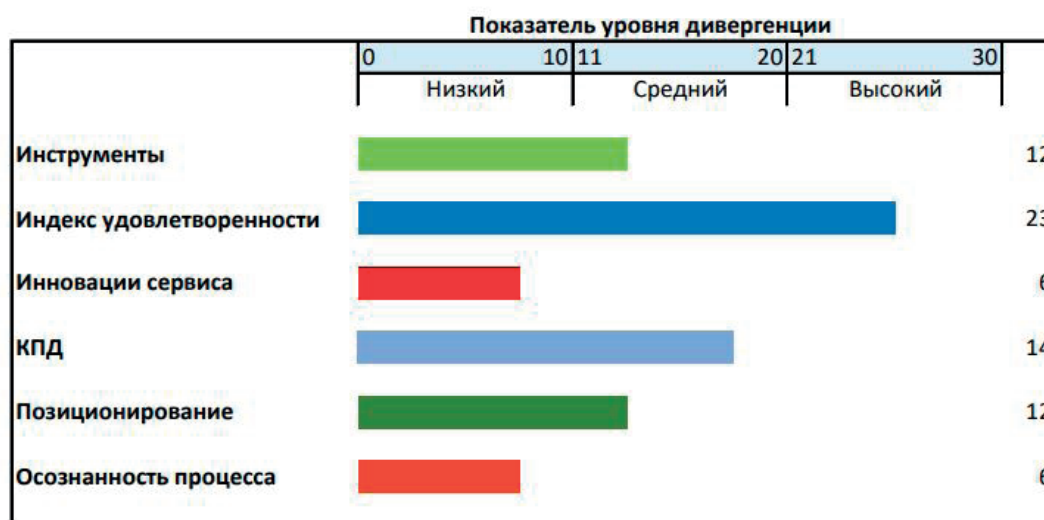


Рисунок. Суммарный показатель уровня дивергенции в инновационной сервисной системе курорта (на примере курорта Якты-куль)

На более низких позициях респонденты отметили параметры инноваций сервиса и осознанность сервисного процесса (6 из 30) среди персонала, данная проблема вызвана отсутствием новых подходов и форм деятельности в организационных процессах курорта. На средней позиции находится коэффициент полезного действия (КПД). Критерием оценки данного показателя является отзывчивость персонала, работающего в контактных зонах, где важным акцентом рассматривается адекватная вовлечённость в организационно-сервисный процесс с целью повышения индекса удовлетворённости отдыхающих. Управленческие же акценты расставлены в основном на качестве оказания оздоровительных процедур и питания, все остальные услуги не являются приоритетными и не встраиваются в сервисную систему курорта и контроль качества.

В организационно-сервисном процессе пренебрежительное отношение к ожиданиям своих гостей является очень серьёзной ошибкой. Формирование и поддержание долговременных отношений с потребителями представляет собой один из факторов успеха в деятельности современного предприятия гостеприимства. Это особенно касается сферы услуг, где вызвать искреннюю привязанность клиентов к бренду можно благодаря действиям даже одного работника, осознающего значимость всего сервисного процесса.

Результат. Исходя из специфики предприятия и большого количества потребителей в возрастной группе от 50 лет, первостепенной особенностью является то, что необходимо ориентироваться на социально-психологический портрет данной возрастной группы, предпочтительные тренды в отдыхе и, соответственно, дивергентные подходы организационно-сервисного процесса, что и определяет инновационную сервисную систему. В данной концепции гость ощущает себя частью (актёром) целого сценария, где он понимает свою роль и ищет пути самовыражения в условиях, заданных креативной командой предприятия.

Новая экономическая реальность меняет само отношение предприятий гостеприим-

ства к креативности: успешные предприятия постепенно перестают с особым трепетом относиться к творческому потенциалу, причиной тому является несформированность организационной культуры предприятия, отход от базовых ценностей, в результате чего сотрудники теряют стимул к повышению индекса удовлетворённости.

Дивергентное мышление – антипод конвергентному мышлению и предполагает системный поиск креативных решений в повышении индекса удовлетворённости потребителя. Дивергентный подход выделяется в следующих показателях качества сервиса: доступность (учитывает индивидуальные особенности гостей в организации сервиса), безопасность (жизни и здоровья, собственности гостя), надёжность (риск исполнения ввиду несоответствующей квалификации персонала, в части внедрения новых креативных идей в сервисный процесс, финансовый риск), полнота услуг (осязаемость дополнительных услуг представлена различными средствами выразительности (видео, иллюстрации, указатели, аудиосопровождение, анимация), физические носители (функциональность, комфортность, этичность, эстетичность, аутентичность), характеристика обслуживания (эмпатия, сервисность), характеристика результата (атмосферика) (см. табл.).

Традиционная организационная культура в современных социокультурных условиях претерпевает качественные изменения, скорость распространения информации растёт быстрыми темпами. Стало сложно соответствовать потребителю и ещё сложнее предугадывать его пожелания, ожидания, поэтому предприятия оказались в стрессовых условиях, когда не смогли соответствовать ожиданиям гостей и искать нестандартные способы и пути разрешения ситуации.

Вывод

По результатам проведенного анкетирования респондентов можно сделать вывод, что гости санаторно-курортного комплекса не заинтересованы в предлагаемых услугах по причине отсутствия эффективной информационной системы. Выстраивать инновацион-

ную сервисную систему необходимо таким образом, чтобы гость приобретал не путёвку или курсовку, как это принято называть, а индивидуальную программу, где предусмотрен комплекс услуг лечебного и сервисного характера. Предлагаемый продукт будет включать в себя не только комплекс возможностей курорта, но и систему качества сервиса, драматургию, предусматривающую выбор индивидуальной траектории отдыха. Следует внедрить концепцию дивергентного сервиса, в которой отражены базовые инновационные решения, в частности, оформление этнических номеров, дизайнерского интерьера рекреаций, повышение креативного мастерства персонала, разработка индивидуальных программ (продуктов), ориентированных на целевую аудиторию, создание

ярмарок новых продуктов в информационной системе предприятия. Предприятиям гостеприимства необходимо совершенствовать свои навыки инновационной деятельности в ситуации постоянного развития. Без дивергентного подхода и креативных решений удерживать свои позиции в новых рыночных условиях постепенно будет становиться всё сложнее. Тренды инновационной сервисной системы – это быстро меняющаяся ситуация на рынке курортных услуг, но противоречия внутри системы имеют свойство накапливаться и становиться непреодолимыми управленческими проблемами, что, безусловно, оставляет отпечаток не только на качестве сервиса, но и на стратегии развития курорта, на его организационной культуре.

Список литературы

1. Berry L., Zeithaml V., Parasuraman A. Five Imperatives for Improving Service Quality // *Sloan Management Review*. – 1990. – Summer. – P. 29–38.
2. Parasuraman A., Zeithaml V., Berry L. SERVQUAL – A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality // *Journal of Retailing*. – 1988. – Vol. 64. – No. 1. – P. 12–40.
3. Parasuraman A., Berry L., Zeithaml V. Alternative scales for measuring Service Quality; A comprehensive assessment based on psychometric and diagnostic criteria // *Journal of Retailing*. – 1994. – Vol. 70. – No 3. – P. 201–230.
4. Кобьёлл К. Искренний сервис / Пер. с немецкого. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.
5. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии. – М.: Вильямс, 2005.
6. Ветитнев А.М., Малова О.В. Методология оценки качества услуг организации санаторно-курортной сферы // *Маркетинг*. – 2003. – № 6. – С. 79–89.
7. Деружинский Г.В., Раецкий М.Д. Теоретико-методологические аспекты понятий «Услуга», «Обслуживание», «Сервис» как экономических категорий // *Terra Economik*. – 2012. – Т. 10. – № 1. – Ч. 2. – С. 30–35.
8. Латыпова Л.В. Современные методы оценки системы менеджмента качества // *Экономика и предпринимательство*. – 2015. – № 6. – Ч. 3. – С. 844–849.
9. Розина Т.М. Оценка качества сервиса на основе учета ожиданий клиентов // *Социальные явления*. – 2016. – № 2 (5). – С. 88–95.
10. Котова Т.П., Лесников А.И. Симбиоз апитерапии и туристско-рекреационных ресурсов в оздоровительном туризме как фактор эффективного постковидного восстановления здоровья // *Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины*. – 2021. – Т. 29. – № S1. – С. 684–688.
11. Камалов И.Э., Лесников А.И. Формирование муниципального бренда как фактора туристской привлекательности территории. // *Наука сегодня: теория и практика: Сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции*. – Уфа, 2020. – С. 76–80.
12. Лесников А.И., Бикбулатова А.И. Построение организационно-сервисных процессов на основе положительных ценностных ориентиров (добрых традиций) как элементов корпоративной культуры туристского комплекса // *Наука сегодня: теория и практика: Сборник научных статей VIII*

Международной научно-практической конференции. – Уфа, 2020. – С. 101-105.

13. Лесников А.И., Котова Т.П., Салишева Э.Г., Попова О.В. Развитие рекреационного потенциала с эффективным использованием сервисных ресурсов и технологий постковидной реабилитации в условиях санаторно-курортных комплексов // Государственное управление: Электронный вестник. – 2021. – № 88. – С. 79-90. DOI: 10.24412/2070-1381-2021-88-79-90

14. Маяцкая И.Н., Лесников А.И., Котова Т.П. Современные инструменты и методы управления качеством сервиса в системе оздоровительного туризма // Государственное управление: Электронный вестник. – 2020. – № 80. – С. 66-83. DOI: 10.24411/2070-1381-2019-10064

15. Лесников А.И., Котова Т.П., Валеева Р.Н. Современные подходы к формированию стандартов качества сервиса в условиях санаторно-курортных комплексов Башкортостана // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2018. – Т. 12. – № 2. – С. 106–118. DOI: 10.24411/1995-0411-2018-10209.

16. Джанджугазова Е.А., Степанов И.В. Концептуальные отели как средство сохранения культурно-исторического наследия // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2008. – № 4. – С. 68-72.

17. Степанов И.В. Концептуальные отели: научно-практические основы функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2010. – № 2. – С. 37-44.

References

1. Berry L., Zeithaml V., Parasuraman A. Five Imperatives for Improving Service Quality // Sloan Management Review. – 1990. – Summer. – P. 29–38.

2. Parasuraman A., Zeithaml V., Berry L. SERVQUAL – A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality // Journal of Retailing. – 1988. – Vol. 64. – No. 1. – P. 12–40.

3. Parasuraman A., Berry L., Zeithaml V. Alternative scales for measuring Service Quality; A comprehensive assessment based on psychometric and diagnostic criteria // Journal

of Retailing. – 1994. – Vol. 70. – No 3. – P. 201–230.

4. Kobayell K. Iskrennij servis [Sincere service] / Per. s nemeckogo [Translated from German]. – M.: Alpina Business Books, 2009.

5. Lovelock K. Marketing uslug: personal, tekhnologii, strategii [Marketing of services: personnel, technologies, strategies]. – M.: Williams, 2005.

6. Vetitnev A.M., Malova O.V. Methodology for assessing the quality of services of the organization of the sanatorium-resort sphere // Marketing. – 2003. – № 6. – P. 79-89.

7. Deruzhinsky G.V., Raetsky M.D. Theoretical and methodological aspects of the concepts of "Service", "Service", "Service" as economic categories // Terra Ekonomikus. – 2012. – Vol. 10. – № 1. – Part 2. – P. 30-35.

8. Latypova L.V. Modern methods of evaluation of the quality management system // Economics and entrepreneurship. – 2015. – № 6 (3). – P 844-849.

9. Rozina T.M. Service quality assessment based on customer expectations // Social phenomena. – 2016. – № 2 (5). – P. 88-95.

10. Kotova T.P., Lesnikov A.I. Symbiosis of apitherapy and tourist and recreational resources in health tourism as a factor of effective post-ovoid health restoration // Problems of social hygiene, healthcare and history of medicine]. – 2021. – № 29 (S1). – P. 684-688.

11. Kamalov I.E., Lesnikov A.I. Formation of the municipal brand as a factor of tourist attractiveness of the territory // Science today: theory and practice: Collection of scientific articles of the VIII International Scientific and Practical Conference. – Ufa, 2020. – P. 76-80.

12. Lesnikov A.I., Bikbulatova A.I. Building organizational and service processes based on positive value orientations (good traditions) as elements of the corporate culture of the tourist complex // Science today: theory and practice: Collection of scientific articles of the VIII International Scientific and Practical Conference. – Ufa, 2020. – P. 101-105.

13. Lesnikov A.I., Kotova T.P., Salisheva E.G., Popova O.V. Development of recreational potential with effective use of service resources and technologies of post-kidney rehabilitation in

the conditions of sanatorium-resort complexes // Public administration: Electronic bulletin. – 2021. – № 88. – P. 79-90. doi: 10.24412/2070-1381-2021-88-79-90.

14. Mayatskaya I.N., Lesnikov A.I., Kotova T.P. Modern tools and methods of service quality management in the health tourism system // Public administration: Electronic bulletin. – 2020. – № 80. – P. 66-83. doi: 10.24411/2070-1381-2019-10064.

15. Lesnikov A.I., Kotova T.P., Valeeva R.N. Modern approaches to the formation of service quality standards in the conditions of sanatorium-

resort complexes of Bashkortostan // Service and Tourism: Current Challenges. – 2018. – № 12 (2). – P. 106-118. doi: 10.24411/1995-0411-2018-10209.

16. Dzhandzhugazova E.A., Stepanov I.V. Conceptual hotels as a means of preserving cultural and historical heritage // Service and Tourism: Current Challenges. – 2008. – № 4. – P. 68-72.

17. Stepanov I.V. Conceptual hotels: scientific and practical foundations of functioning // Service and Tourism: Current Challenges. – 2010. – № 2. – P. 37-44.