ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСА

УДК 338.46 *ГСНТИ 06.71.51*
ББК 65.43-82 *Код ВАК 08.00.05*
DOI: 10.22394/2304-3369-2019-3-236-244

Ю. С. Клюева
Нижегородский государственный инженерно-экономический университет,
Нижний Новгород, Россия
AuthorID: 318791

АННОТАЦИЯ: Цель. Выявление проблем в создании доступной среды на предприятиях гостинично-ресторанного комплекса. В исследовании отмечается, что, несмотря на актуальность данного вопроса, существуют проблемы с внедрением инклюзивных технологий на предприятиях гостинично-ресторанного комплекса. Большинство заведений ГРК не имеет адаптированной инфраструктуры к потребностям маломобильных групп населения. Также при проектировании элементов доступной среды остаются неучтенными некоторые аспекты, которые в дальнейшем могут повлиять на функционирование заведения в целом. Одной из самых важных проблем является некомпетентность персонала в специфике обслуживания инвалидов.

Методы. Проводится анализ доступности предприятий гостинично-ресторанного комплекса для инвалидов и маломобильных групп населения, а также опрос среди сотрудников предприятий гостинично-ресторанного комплекса.

Результаты. Объекты социальной инфраструктуры имеют частичные элементы доступности. Прилегающие территории и входы в здания, пути движения внутри здания, зоны целевого назначения и санитарно-бытовые комнаты не соответствуют требованиям доступности. Опрос сотрудников ГРК выявил их недостаточную подготовку к оказанию услуг лицам с ОВЗ. Главным барьером являются не только технические проблемы, но и психологические барьеры. До сих пор в обществе в целом и на предприятиях сервиса в частности персонал не готов к контактам с лицами с ОВЗ.

Научная новизна. Научная новизна заключается с исследовании механизмов создания доступной среды на предприятиях сервиса. Создание доступной среды, в свою очередь, способно повлиять на качество предоставляемых услуг для всех категорий потребителей сферы сервиса. В результате повысится лояльность клиентов и увеличатся доходы предприятия.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: совершенствование сервиса, доступная среда, лица с ограниченными возможностями здоровья, предприятия гостинично-ресторанного комплекса, лояльность клиентов.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: Юлия Семеновна Клюева, кандидат экономических наук, доцент, Институт пищевых технологий и дизайна, Нижегородский государственный инженерно-экономический университет,
603062, Россия, г. Нижний Новгород, ул. Горная, 13, juliya_klyueva@mail.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Клюева Ю. С. Проблемы совершенствования сервиса на предприятиях гостинично-ресторанного комлпекса // Вопросы управления. 2019. № 3 (39). С. 236—244.

В настоящее время главным конкурентным преимуществом в гостинично-ресторанном бизнесе является качественный сервис. Потребителей привлекает, в первую очередь, сервисное обслуживание, и они готовы платить за него, так как удовольствие, получаемое в процессе потребления услуги, важнее, чем цена [1, с. 35]. В условиях конкурентной среды высококлассный сервис становится более эффективным инструментом повышения объемов продаж, чем маркетинг [2, с. 45]. Качественное обслуживание клиентов становится фактором выживания компании в долгосрочной перспективе [3, с. 26; 4, с. 138; 5, с. 86].

В настоящее время существует большое количество научных работ и публикаций по

© Ю. С. Клюева, 2019

совершенствованию уровня сервиса на предприятиях гостинично-ресторанного бизнеса [6; 7; 8].

Но в то же время одним из актуальных направлений является внедрение инклюзивных технологий в сферу услуг. Понятие «инклюзивный» означает вовлеченность кого-либо в какое-то явление.

В России почти треть населения страны (около 30 %) относится к категории лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – лица с ОВЗ). Инвалид – это «лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты» [9, с. 83].

Данная группа является потребителями сервисных услуг и способна увеличить доходы предприятий гостеприимства. Совершенствование системы сервисного обслуживания, удовлетворяющей запросы потребителей, в том числе с ОВЗ, является актуальным направлением развития предприятий гостинично-ресторанного комплекса.

Система сервисного обслуживания предполагает оказание широкого спектра дополнительных услуг, привлекательных для потребителя и сопровождающих основную услугу [10, с. 43]. Роль дополнительных услуг заключается в предвосхищении потребностей клиентов и обеспечении такого уровня обслуживания, за которое они готовы платить.

В целом, понятие «сервис» можно определить как вид профессиональной деятельности, обеспечивающий удовлетворение потребности в обслуживании [11, с. 201]. Глубокое понимание потребностей клиентов имеет для них необыкновенную ценность [12, с. 21]. Сама же нацеленность на такое понимание является в настоящее время элементом рыночной ориентации компании [13, с. 3].

Исходя из понимания сервиса как вида деятельности, направленного на повышение степени удовлетворенности потребителей, можно сформулировать понятие инклюзивного сервиса как комплекса дополнительных услуг, придающих основной услуге особую привлекательность для потребителя, в том числе для лиц с ОВЗ. Для этого требуется специальное оборудование [14, с. 70]. Перечень нормативных документов, которые содержат требования по формированию доступной среды, достаточной широкий и включает федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» от 24 ноября 1995 года №181-ФЗ (с изменениями и дополнениями), «Градостроительный кодекс Российской Федерации» от 29.12.2014 №190-ФЗ (с изменениями и дополнениями) и другие документы.

Адаптация предприятий гостинично-ресторанном бизнеса для маломобильных групп населения позволит повысить качество сервиса, репутацию заведения и выведет его на новый социальный уровень.

Создание системы инклюзивного сервиса в гостиничных комплексах включает следующие этапы (рис.1):



Рис. 1. Основные этапы создания системы инклюзивного сервиса в гостиничных комплексах

На первом этапе, при обеспечении доступности отеля и близлежащей территории, должны быть предусмотрены специальные дорожки для инвалидов-колясочников, ширина которых составляет от 1,5 м и более, а уклон – 4–6 см на погонный метр [15, с. 3]. Вход в отель должен быть оборудован пандусом шириной 1–1,1 м с углом наклона не более 30–35 градусов [15, с. 4]. Площадь

гостиничного номера для лиц с ОВЗ должна составлять не менее 28 кв.м. В таком номере полностью отсутствуют пороги. Ширина дверных проемов составляет не менее 0,9 м. В номере устанавливается специальное оборудование для перехода с инвалидной коляски на кровать. Санузел также должен быть оборудован специальными поручнями и кнопкой вызова горничной [16, с. 139–140]. На втором этапе создаются парковочные места для автомобилей инвалидов. На третьем этапе обеспечивается доступность визуальной, звуковой, тактильной информации.

Вышеперечисленные рекомендации по созданию системы инклюзивного сервиса в гостиницах, за исключением рекомендаций по оборудованию номера, могут быть использованы и для ресторанов.

Несмотря на актуальность данного вопроса, существуют проблемы с внедрением инклюзивных технологий на предприятиях гостинично-ресторанного комплекса. Большинство заведений не имеют адаптированной к потребностям маломобильных групп населения инфраструктуры. Также при проектировании элементов доступной среды остаются неучтенными некоторые аспекты, которые в дальнейшем могут повлиять на функционирование заведения в общем [16, с. 53]. Одной из самых важных проблем является некомпетентность персонала в специфике обслуживания инвалидов.

В целях оценки доступности для инвалидов и маломобильных групп населения (далее – МГН) объектов гостинично-ресторанного комплекса г. Нижнего Новгорода была проведена оценка доступности гостиницы, бара и пиццерии с использованием методических рекомендаций по вопросам обеспечения доступности для инвалидов услуг и объектов [17].

В целом, можно сделать вывод, что исследуемые объекты имеют ограниченную доступность для инвалидов и МГН.

Результаты проведенного исследования показывают, что прилегающие территории и входы в здания, пути движения внутри здания, зоны целевого назначения и санитарно-бытовые комнаты не соответствуют требованиям доступности. Также можем отметить, что во всех обследуемых заведениях одни и те же нарушения. Требуется значительная доработка объектов для повышения уровня инклюзивного сервиса.

В рамках данного исследования был проведен опрос персонала гостиниц и ресторанов г. Нижнего Новгорода. В исследовании приняли участие 100 респондентов, работающих в индустрии гостеприимства. При опросе сотрудников выявлено, что с ними не проводили инструктаж по специфике обслуживания инвалидов и МГН, и это является основной проблемой при создании доступной среды. Не обладают навыками общения с людьми, не имеющими слуха, 66 % опрошенных (рис. 2).

Таблица 1

Результаты обследования доступности объектов

Объекты исследования	Выявленные нарушения
Территории, прилегающие к зданиям	- подъезд к зданиям затруднен; - отсутствуют стоянки для автомобилей инвалидов-колясочников; - отсутствуют знаки доступности
Входы в здания	- отсутствуют турникеты, приспособленные для инвалидов-колясочников; -не соблюдены требования к наружным дверям;
Внутренняя инфраструктура зданий	- отсутствуют тактильные предупреждающие указатели перед поворотами; - отсутствуют ограждения под нависающими элементами; – высота порогов или перепад высот превышает допустимое значение; - не соблюдены требования к конструктивным элементам и устройствам внутри здания
Зоны целевого назначения	- отсутствует необходимое количество мест для обслуживания инвалидов; - не соблюдены требования по минимальному расстоянию мест для инвалидов от эвакуационных входов; – отсутствуют информирующие обозначения
Санитарные комнаты	- отсутствует специальное оборудование и системы тревожной сигнализации; - не соблюдены требования к размещению раковин, зеркал, поручней и откидных сидений

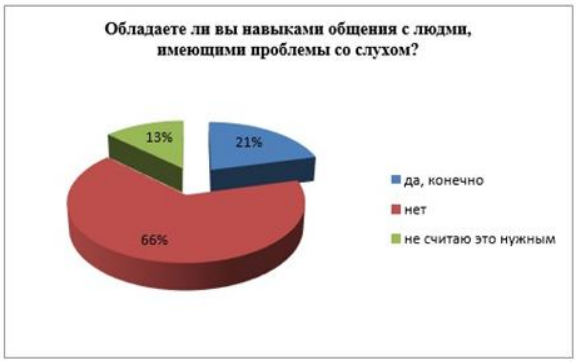


Рис 2. Владение навыками общения с людьми, имеющими проблемы со слухом

На вопрос, часто ли посещают вашу гостиницу люди с ограниченными возможностями, 26 % опрошенных ответили, что не посещают совсем, а 63 % респондентов ответили «редко посещают», то есть всего лишь несколько раз в год. В то же время данная группа является потребителями сервисных услуг и способна увеличить доходы от основной деятельности предприятий гостеприимства [18, с. 331; 19. с. 42].

Кроме отсутствия доступной среды, на предприятиях ГРК отсутствуют развлекательные мероприятия для людей с ограниченными способностями (рис. 3).



Рис. 3. Проведение мероприятий для лиц с ограниченными возможностями здоровья

.

На рисунке 4 представлено распределение ответов на вопрос об использовании лицами с ОВЗ кнопки вызова.

Всего лишь 12 % респондентов ответили, что гости пользовались данной кнопкой, а 88 % не сталкивались на практике с такой ситуацией или сталкивались редко. Это свидетельствует о том, что на данных предприятиях отсутствует поток клиентов с ОВЗ.

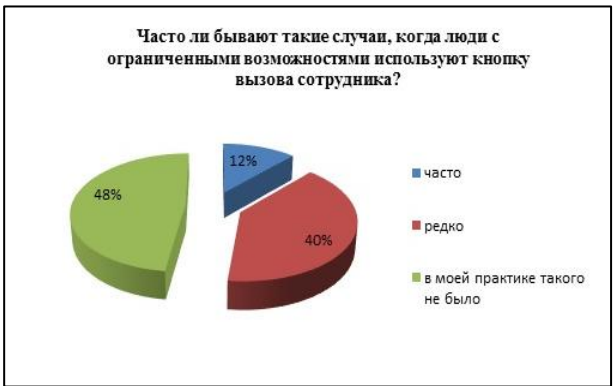


Рис. 4. Частота использования кнопки вызова сотрудников

В целом, проблемы в создании доступной среды на предприятиях ГРК носят технический и социально-психологический характер:

1) Исследуемые объекты ГРК имеют частичные элементы доступности. Прилегающие территории и входы в здания, пути движения внутри здания, зоны целевого назначения и санитарно-бытовые комнаты не соответствуют требованиям доступности.

2) Результаты исследования свидетельствуют о недостаточной подготовке сотрудников к оказанию услуг лицам с ОВЗ. До сих пор в обществе в целом и на предприятиях сервиса в частности персонал не готов к контактам с лицами с ОВЗ. И решение этой проблемы является основной задачей [20, с. 300; 21, с. 326].

Исходя из полученных результатов, необходимо совершенствовать механизмы создания доступной среды на предприятиях сервиса. Создание доступной среды, в свою очередь, способно повлиять на качество предоставляемых услуг для всех категорий потребителей сферы сервиса. Заведения с доступной средой способны обслужить большее количество клиентов, тем самым получить большую прибыль.

Пути решения проблем совершенствования сервиса в гостинично-ресторанных комплексах:

1. Доработка объектов гостинично-ресторанного комплекса для обеспечения их доступности для инвалидов и МГН. Доработка требуется как прилегающим к зданиям территориям, так и внутренним помещениям.

2. Повышение квалификации работников предприятий гостинично-ресторанных комплексов – проведение тренингов и мас-

тер-классов по работе с лицами с ограниченными возможностями здоровья.

3. Разработка и внедрение инструктажа для сотрудников гостинично-ресторанных комплексов, который повысит их профессиональную компетентность в необходимой коммуникации с лицами с ОВЗ.

4. Включение в образовательные программы высшего и среднего профессионального образования по направлениям «Гостиничное дело», «Сервис» и «Туризм» дисциплины «Особенности сервисной работы с лицами с ОВЗ».

5. Распространение информации о предприятиях гостинично-ресторанных комплексов с доступной средой в средствах массовой информации и с использованием интернет-технологий.

6. Проведение специальных развлекательных мероприятий для лиц с ограниченными возможностями здоровья в гостинично-ресторанных комплексах – тематических праздников, экскурсионных программ, творческих мастер-классов.

В результате реализации данных мероприятий повысится уровень сервиса в гостинично-ресторанном бизнесе, что в свою очередь, отразится на лояльности клиентов. Лояльность выражается в готовности постоянно пользоваться товарами или услугами определенной компании. Таким образом, лояльность клиентов гостинично-ресторанных комплексов проявляется в том, что они предъявляют стабильный спрос к услугам гостиницы или ресторана [22, с. 49].

Для оценки уровня сервиса в гостинично-ресторанных комплексах может быть использован индекс лояльности клиентов (NPS – англ. Net Promoter Score) [23, с. 147]. Данный показатель отражает готовность потребителей повторно пользоваться услугами компании. Для измерения индекса лояльности необходимо провести опрос клиентов, попросив их оценить готовность рекомендовать услуги компании своим знакомым и друзьям по десятибалльной шкале, где 10 баллов соответствует высокой готовности рекомендовать услугу, а 0 баллов – отсутствию такой готовности. После опроса и обработки результатов необходимо рассчитать количество сторонников компании, готовых дать рекомендации на 9–10 баллов. Те клиенты, которые относятся нейтрально к услугам компании, готовы рекомендовать услуга по шкале на 7–8 баллов. Критические настроенные потребители – это клиенты, оценивающие свою готовность дать рекомендации на шесть баллов и ниже. Тогда индекс лояльности клиентов можно рассчитать следующим образом:

(1),

где:

NPS – индекс лояльности клиентов,

Ds – доля сторонников компании, %,

Dc – доля критически настроенных потребителей, %.

Чем выше показатель *NPS*, тем выше лояльность клиентов по отношению к данной компании. Высокая лояльность клиентов характеризуется показателем, равным 70–85 %.

Таким образом, результаты проведенного исследования показали, что объекты гостинично-ресторанного комплекса имеют частичные элементы доступности. Опрос сотрудников ГРК выявил их недостаточную подготовку к оказанию услуг лицам с ОВЗ. Исходя из этого, необходимо совершенствовать механизмы создания доступной среды на предприятиях сервиса. В статье разработаны пути решения проблем совершенствования сервиса в гостинично-ресторанных комплексах.

Совершенствование сервиса на предприятиях гостинично-ресторанного комплекса за счет создания доступной среды и повышения уровня подготовки персонала будет способствовать увеличению потока клиентов, в том числе с ограниченными возможностями здоровья, повысит лояльность клиентов и увеличит доходы предприятий гостеприимства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шоул Дж. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество. М.: Альпина Паблишер, 2013.

2. Беленко О. К. Сервис как основное конкурентное преимущество // Молодежь и системная модернизация страны: сборник научных статей 2-й Международной научной конференции студентов и молодых ученых. Курск, 2017.

3. Соломон М. Высокие технологии работы с клиентами. Как превратить случайного потребителя в искреннего приверженца. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

4. Ланcков Д. П. Анализ качества услуг как необходимое условие повышения конкурентоспособности организаций сервиса // Экономические науки. 2011. № 74. С. 138–140.

5. Мирошникова В. К. Сервис как конкурентное преимущество организации // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2012. № 2. С. 86–89.

6. Горбашко Е. А., Филатова Т. А. Совершенствование системы управления качеством услуг сервисной организации // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2013. № 3. С. 42–46.

7. Краснопевцева И. В., Муравьева Д. Н. Основные направления повышения качества услуг, предоставляемых предприятиями сферы сервиса // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 12–1. С. 227.

8. Тимохина Т. Л. Организация гостиничного дела: учебник для прикладного бакалавриата. М.: Издательство Юрайт. 2014.

9. Кулебякин Е. В. Психология социальной работы. Владивосток: Изд-во Дальневосточного университета, 2014.

10. Лойко О. Т. Сервисная деятельность: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Изд. центр «Академия», 2010.

11. Виноградова С. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие для бакалавров. М.: «Дашков и К», 2014.

14. Межова Л. А., Губин И. В. Инклюзивный туризм: проблемы и перспективы его развития в России // Культура физическая и здоровье. 2011. № 6. С. 70–71.

15.Радыгина Е. Г. Создание безбарьерной среды в средствах размещения для гостей с ограниченными возможностями // Концепт : научно-методический электронный журнал. 2014. № 5. С. 56–60.

16. Ульянченко Л. А. Проектирование гостиничной деятельности: учебное пособие. М.: КНОРУС. 2016.

17. Методическое пособие для обучения (инструктирования) сотрудников учреждений МСЭ и других организаций по вопросам обеспечения доступности для инвалидов услуг и объектов, на которых они предоставляются, оказания при этом необходимой помощи / Р. Н. Жаворонков, Н. В. Путило, О.Н. Владимирова и др.; Министерство труда и социальной защиты населения Российской Федерации. В 2 ч. М., 2015.

18. Ковалева Н. В., Лысенко С. В. Обеспечение качества обслуживания в сервисных организациях // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации : сб. ст. победителей VII Междунар. науч.-практ. конференции. Пенза, 2017.

19. Бондарева А. С., Бершадская С. В. Совершенствование управления качеством обслуживания в организациях сервиса // Современные тенденции развития науки и производства : сб. материалов III Междунар. науч.-практ. конференции. Кемерово, 2016.

20. Дудко С. М. Резервы повышения качества подготовки специалистов предприятий сервиса // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2011. № 6. С. 299–302.

21. Цветков М. А., Цветкова И. Ю. Дистанционные образовательные технологии: опыт и перспективы применения в вузе // Электронная Казань – 2011: сб. материалов Третьей междунар. науч.-практ. конференции. Казань, 2011.

22. Конова В. В., Клюева Ю. С. Модель математического расчета клиентоориентированности предприятий розничной торговли на примере торгово-развлекательного центра // Вестник НГИЭИ. 2018. № 11. С.46–57.

12. Narver J.C., and S.F. Slater. The Effect of a Market Orientation on Business Profitability // Journal of Marketing. 1990. № 54(4). PP. 20–35.

13. Jaworski, B.J. and A. Kohli. Market-Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications // Journal of Marketing. 1990. № 2(54). PP. 1–18.

23. Nikolenko P.G., Bocharov V.A., Klyueva Yu.S., Bukvić R.M. Theoretical aspects of buyer loyalty // 15th International Multidisciplinary Scientific Conference Eurobrand. Zrenjanin, 2017.

PROBLEMS OF SERVICE IMPROVEMENT AT THE ENTERPRISES OF HOTEL AND DINING COMPLEX

Yu. S. Klyueva
Nizhny Novgorod State University of Engineering and Economics,
Nizhny Novgorod, Russia

ABSTRACT: Identification of problems in creating an accessible environment at the enterprises of the hotel and dining complex (HDC). The study notes that despite the relevance of this issue, there are problems with implementation of inclusive technologies at the enterprises of the hotel and dining complex. Most of the public faces of the HDC do not have an adapted infrastructure to the needs of people with limited mobility. In addition, when designing elements of the accessible environment, some aspects remain unaccounted for, which in the future may affect the functioning of the public place in general. One of the most important problems is incompetence of the staff in the specific character of the service for the disabled.

The analysis of availability of the enterprises of hotel and restaurant complex for disabled people and people with limited mobility, and poll of the employees of those places of hotel and restaurant complex is carried out.

Social infrastructure facilities have partial accessibility elements. Adjacent areas and entrances to the premises, paths within the building, designated areas and sanitary rooms do not meet accessibility requirements. A survey of HDC employees revealed their lack of training in providing services to disabled people. Not only technical problems, but also psychological barriers are the main barriers for it. Until now, in the society as a whole, and in service business, in particular, staff is not ready for contacts with limited mobility people.

The scientific novelty includes the study of mechanisms for creating an accessible environment at the service enterprises. Creating an accessible environment, in turn, can affect the quality of services for all categories of consumers of the service sector. As a result, customers' loyalty will improve and the company's revenues will increase.

KEYWORDS: service improvement, accessible environment, persons with limited abilities, enterprises of hotel and dining complex, customers' loyalty.

AUTHORS' INFORMATION: Yulia S. Klyueva, Cand. Sci. (Economics), Associate Professor, Institute of Food Technology and Design – a branch of Nizhny Novgorod State University of Engineering and Economics,
13, Gornaya str., Nizhny Novgorod, 603062, Russia juliya_klyueva@mail.ru

FOR CITATION: Klyueva Yu. S. Problems of service improvement at the enterprises of the hotel and dining complex // Management Issues. 2019. №3 (39). P. 236—244.

REFERENCES

1. Showle J. Achieving Excellence Through Customer Service" // M.: Alpina Publisher. 2013 [Shoul Dzh. Pervoklassnyy servis kak konkurentnoe preimushchestvo. M.: Al'pina Pablisher. 2013] – (In Rus.).

2. Belenko O. K. Service as the main competitive advantage // Youth and system modernization of the country: collection of scientific articles of the Second International Scientific Conference of Students and Young Researchers. Kursk, 2017 [Belenko O.K. Servis kak osnovnoe konkurentnoe preimushchestvo // Molodezh' i sistemnaya modernizatsiya strany: sbornik nauchnykh statey 2-y Mezhdunarodnoy nauchnoy Konferentsii studentov i molodykh uchenykh. Kursk, 2017] – (In Rus.).

3. Solomon M. High technology customer service. How to turn a casual consumer into a sincere follower. M.: Mann, Ivanov and Ferber. 2013 [Solomon M. Vysokie tekhnologii raboty s klientami. Kak prevratit' sluchaynogo

potrebitelya v iskrennego priverzhentsa. M.: Mann, Ivanov i Ferber. 2013] – (In Rus.).

4. Lanskov D. P. Analysis of service quality as a necessary condition for improving the competitiveness of service organizations // Economic Sciences. 2011. № 74. P. 138-140 [Lanskov D.P. Analiz kachestva uslug kak neobkhodimoe uslovie povysheniya konkurentosposobnosti organizatsiy servisa // Ekonomicheskie nauki. 2011. № 74. S. 138-140] – (In Rus.).

5. Miroshnikova V. K. Service as a competitive advantage of the organization // News of St. Petersburg State University of Economics. 2012. № 2. P. 86–89 [Miroshnikova V.K. Servis kak konkurentnoe preimushchestvo organizatsii // Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta. 2012. № 2. S. 86–89] – (In Rus.).

6. Gorbashko E. A., Filatova T. A. Improvement of the quality management system of service organizations // News of St. Petersburg State University of Economics. 2013. № 3. P. 42–46 [Gorbashko E.A., Filatova T.A. Sovershenstvovanie sistemy upravleniya kachestvom uslug servisnoy organizatsii // Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta. 2013. № 3. S. 42–46] – (In Rus.)

7. Krasnopevtseva I. V., Muravyeva D. N. Main directions of improving the quality of services provided by enterprises of the service sector // New Science: status and ways of development. 2016. № 12–1. P. 227 [Krasnopevtseva I.V., Murav'eva D.N. Osnovnye napravleniya povysheniya kachestva uslug, predostavlyaemykh predpriyatiyami sfery servisa // Novaya nauka: Sovremennoe sostoyanie i puti razvitiya. 2016. № 12–1. S. 227] – (In Rus.).

8. Timokhina T. L. Organization of hotel business: textbook for applied undergraduate studies. M.: Yurayt Publishing House. 2014 [Timokhina T.L. Organizatsiya gostinichnogo dela: uchebnik dlya prikladnogo bakalavriata. M.: Izdatel'stvo Yurayt. 2014] – (In Rus.).

9. Kulebyakin E. V. Psychology of social work. Vladivostok: Far East University Press. 2014 [Kulebyakin E.V. Psikhologiya sotsial'noy raboty. Vladivostok: Izd-vo Dal'nevostochnogo universiteta. 2014] – (In Rus.).

10. Loyko O. T. Service activity: textbook for university students. M.: Publishing center "Academy". 2010 [Loyko O.T. Servisnaya deyatel'nost': ucheb. posobie dlya stud. vyssh. ucheb. zavedeniy. M.: Izdatel'skiy tsentr «Akademiya». 2010] – (In Rus.).

11. Vinogradova S. A. Organization and planning of service enterprises: textbook for Bachelors. M.: Publishing and Trading Corporation "Dashkov and K". 2014 [Vinogradova S.A. Organizatsiya i planirovanie deyatel'nosti predpriyatiy servisa: uchebnoe posobie dlya bakalavrov. M.: Izdatel'sko-torgovaya korporatsiya «Dashkov i K». 2014.] – (In Rus.).

12. Narver J.C., and S.F. Slater. The Effect of a Market Orientation on Business Profitability // Journal of Marketing. 1990. № 54(4). PP. 20–35.

13. Jaworski, B.J. and A. Kohli. Market-Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications // Journal of Marketing. 1990. № 2 (54). PP. 1–18.

14. Mezhova L. A., Gubin I. V. Inclusive tourism: problems and prospects of its development in Russia // Physical training and health. 2011. № 6. P.70-71 [Mezhova L. A., Gubin I. V. Inklyuzivnyy turizm: problemy i perspektivy ego razvitiya v Rossii // Kul'tura fizicheskaya i zdorov'e. 2011. № 6. S. 70–71] – (In Rus.).

15. Radygina E. G. Creation environment without barriers in the accommodation facilities for guests with disabilities // Concept (scientific-methodical electronic journal). 2014. № 5. P. 56-60 [Radygina E. G. Sozdanie bez bar'ernoy sredy v sredstvakh razmeshcheniya dlya gostey s ogranichennymi vozmozhnostyami // Kontsept: nauchno-metodicheskiy elektronnyy zhurnal. 2014. № 5. S. 56–60] – (In Rus.).

16. Ulyanchenko L. A. Hotel activity design: textbook. M.: KNORUS. 2016 [Ul'yanchenko L.A. Proektirovanie gostinichnoy deyatel'nosti: uchebnoe posobie. M.: KNORUS. 2016] – (In Rus.).

17. Method book for teaching (instructing) staff of medical and social assessment and other organizations on issues of accessibility of services and facilities which they are providing for persons with disabilities and lending all the necessary support // R.N. Zhavoronkov, N. V. Putilo, O. N. Vladimirova, etc.; The Ministry of Labor and Social Protection for the Population of the Russian Federation. In 2 parts. M. 2015 [Metodicheskoe posobie dlya obucheniya (instruktirovaniya) sotrudnikov uchrezhdeniy MSE i drugikh organizatsiy po voprosam obespecheniya dostupnosti dlya invalidov uslug i ob"ektov, na kotorykh oni

predostavlyayutsya, okazaniya pri etom neobkhodimoy pomoshchi / R.N. Zhavoronkov, N.V. Putilo, O.N. Vladimirova i dr.; Ministerstvo truda i sotsial'noy zashchity naseleniya Rossiyskoy Federatsii. V 2-kh ch. M. 2015] – (In Rus.).

18. Kovaleva N. V., Lysenko S. V. Service quality assurance in service organizations // Modern economy: current issues, achievements and innovations: Collection of articles by the winners of the VII International Research-to-Practice Conference. Penza, 2017 [Kovaleva N.V., Lysenko S.V. Obespechenie kachestva obsluzhivaniya v servisnykh organizatsiyakh // Sovremennaya ekonomika: aktual'nye voprosy, dostizheniya i innovatsii: sbornik statey pobediteley VII Mezhdunar. nauch.-prakt. konferentsii. Penza, 2017] – (In Rus.).

19. Bondareva A. S., Bershadskaya S. V. Improvement of service quality management in service organizations // Modern trends in science and production: Collection of the articles of the III International Research-to-Practice Conference. Kemerovo, 2016 [Bondareva A.S., Bershadskaya S.V. Sovershenstvovanie upravleniya kachestvom obsluzhivaniya v organizatsiyakh servisa // Sovremennye tendentsii razvitiya nauki i proizvodstva: sbornik materialov III Mezhdunar. nauch.-prakt. konferentsii. Kemerovo, 2016] – (In Rus.).

20. Dudko S. M. Reserves for qualitative improvement of training the staff of service enterprises // Bulletine of INGECON. Series: Economics. 2011. № 6. P. 299-302 [Dudko S.M. Rezervy povysheniya kachestva podgotovki spetsialistov predpriyatiy servisa // Vestnik INZhEKONa. Seriya: Ekonomika. 2011. № 6. S. 299-302] – (In Rus.).

21. Tsvetkov M. A., Tsvetkova I. Yu. Remote educational technologies: experience and prospects of application in Universities // Electronic Kazan – 2011: Collection of articles of the III International Research-to-Practice Conference. Kazan, 2011 [Tsvetkov M.A., Tsvetkova I.Yu. Distantsionnye obrazovatel'nye tekhnologii: opyt i perspektivy primeneniya v VUZe // Elektronnaya Kazan' – 2011: sbornik materialov Tret'ey Mezhdunar. nauch.-prakt. konferentsii. Kazan', 2011] – (In Rus.).

22. Konova V. V., Klyuyeva, Yu. S. Mathematical model calculation of customer orientation at retail trade enterprises by the example of the shopping mall // Journal “Herald NGIEI”. 2018. № 11. P. 46-57 [Konova V.V., Klyueva Yu.S. Model' matematicheskogo rascheta klientoorientirovannosti predpriyatiy roznichnoy torgovli na primere torgovo-razvlekatel'nogo tsentra // Vestnik NGIEI. 2018. №11. S.46-57] – (In Rus.).

23. Nikolenko P.G., Bocharov V.A., Klyueva Yu.S., Bukvić R.M. Theoretical as-pects of buyer loyalty // 15th International Multidisciplinary Scientific Conference Eurobrand. Zrenjanin, 2017.