

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"КАЗАНСКИЙ (ПРИВОЛЖСКИЙ) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"
ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ, ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Е.М.Разумовская, В.В. Цаликова

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕРВИСОЛОГИИ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

Казань, 2024

УДК 338.23
159.9.072.422
159.9.072.423

ББК 60.84

*Принято на заседании кафедры
менеджмента в социальной сфере
Протокол №1 от 5 сентября 2024 г.*

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой
бизнеса в сфере услуг Новосибирского государственного
университета экономики и управления «НИНХ» (НГЭУ)

Л.Б.Нюренбергер

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента в
социальной сфере

Института управления, экономики и финансов КФУ

З.Р.Зиганшина

Разумовская Е.М., Цаликова В.В.

Теоретические основы сервисологии: учебно-методическое пособие /
Е.М.Разумовская, В.В. Цаликова. – Казань, 2024. – 49 с.

Учебно-методическое пособие по дисциплине «Сервисология»
подготовлено на базе результатов теоретических исследований
отечественных и зарубежных ученых, связанных с формированием
сервисного общества, где приоритетной целью становится удовлетворение
индивидуальных потребностей человека. Содержит методические
рекомендации для проведения практических занятий студентов, задания,
список литературы.

Предназначено для студентов, обучающихся по специальности
43.03.01 «Сервис», Управление бизнес-процессами в сфере услуг»,
Социальное предпринимательство.

© Е.М. Разумовская, 2024.

© В.В. Цаликова, 2024.

Содержание

Введение	4
Тема №1. Предмет и методы сервисологии в условиях четвертой промышленной революции	7
Тема №2. Формирование сервисной стратегии	9
Тема №3. Эволюция подходов к пониманию роли сервиса	12
Тема №4. Сервисный план и стратегия	15
Тема №5. Взаимосвязь потребностей и тактики сервисного общения.....	17
Тема №6. Основы диагностики клиента как личности	21
Тема №7. Формирование корпоративной культуры в рамках сервисологии	32
Тема №8. Социальный сервис как услуга	35
Тема №9. Без сервисологии социальное предпринимательство развивать невозможно.....	38
Тема №10. Зарубежный опыт социального предпринимательства	42
Список используемой литературы	45

Введение.

Этимология слова «сервис» уходит корнями в давние исторические времена. «Сервис» - слово от латинского «раб» в Древнем Риме, слуги, крепостные в средневековье. Сферой их деятельности было обслуживание феодалов в Европе, аристократов в России. Слуга — это род деятельности, для осуществления которой необходимо обладать определенными компетенциями, говоря современным языком. Это был источник их жизни. Функции сервиса в эпоху индустриализма меняются: появляются новые профессии, связанные с модернизацией производства на основе научно-технического прогресса, что требует от рабочих и служащих более высокой квалификации. В 70-е годы XX столетия динамично растет сфера услуг в развитых экономиках, что получило название «сервисная революция». В США доля занятых в сфере услуг превысила 50-ти процентный рубеж в 1955 году, в Великобритании – 1960 году, во Франции – в 1970 году, а в России – в 1995 году¹.

В этой связи некоторые российские ученые отождествляют понятия «услуга» и «сервис». Если в 80-е годы XX века сервис и услуга рассматриваются как явления, сопровождающие производственный процесс, то с развитием в России информационного общества на основе компьютеризации, которая отстала от развитых экономик на четверть века, сервисное производство стало самостоятельной сферой деятельности, а о критериях информационного общества и его проблематике ученые стали дискутировать только к концу 90-х и в нулевые годы нашего столетия.

В коллективной работе ученых экономического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова «Социум XXI века: рынок, фирма, человек в информационном обществе» под редакцией Колганова А.И. выделяются специфические характеристики труда в сервисном обществе, такие как:

¹ Экономика сферы платных услуг / [Е. Н. Жильцов, Н. А. Восколович, В. Н. Казаков и др.]; Под ред. Е. Н. Жильцова. - Казань : Б. и., 1996. - 204 с.

- новый баланс полов и возрастов;
- повышенная эмоциональная нагрузка («сервис с улыбкой»);
- новые формы контроля;
- большая роль клиентов в детерминации трудовых функций;
- большая роль новых форм занятости (неполный день и т.п.);
- иные формы организации и деятельности профсоюзов и др.²

В 2001 г. публикуется четырехтомная коллективная монография «Сфера услуг: проблемы и перспективы развития», в которой подход к сервису как к бытовому обслуживанию является некорректным. Переход к комплексному пониманию услуги, деление процесса ее предоставления на производственную и сервисную составляющую обусловлен «функциональной включенностью» подсистем сервиса в бизнес-процессы реального сектора, но это стало понятно представителям научных специальностей. Для обывателя услуга и сервис – это синонимы.

Отношение к сервисологии как к науке остается по сей день противоречивым. В перечне специальностей и направлений подготовки «Сервис» представлен: информационный сервис, сервис недвижимости, гостеприимства, социальный сервис и др., а в номенклатуре специальностей ВАК отсутствует, хотя сегодня сервис существует во всех сферах деятельности, а не только как сервисная составляющая услуги: образовательной, медицинской, транспортно-ремонтной, туристической и т.д.

Сервис существует в производстве: бизнес-процессы делятся на основные, управленческие и сервисные. А сервисная деятельность – это не обязательно услуга, это может быть и сервисное производство необходимых для КАМАЗа запчастей. Многие сервисные составляющие передают на аутсорсинг если это является целесообразным, экономит издержки и помогает

² Working in the Service Society. Philadelphia: Templ Univ. Press, 1996. P.29, 74, 91, 184, 333-345.

сосредоточиться на основном производстве. Как следствие вышеизложенного, методологически обоснованная сервисологическая парадигма, единство в понимании базовых понятий «сервис» и «услуга» отсутствует. Сервисная реальность – формы социальной практики.

Сервисология направлена на изучение процесса удовлетворения индивидуальных потребностей индивида, в т.ч. объективных, которые существуют у инвалидов, пенсионеров, детей-сирот, участников СВО и членов их семей, а также других слаботзащищенных категорий людей, попавших в трудную жизненную ситуацию.

Сервисология как междисциплинарная наука, связанная с психологией, философией, социологией, политологией помогает обосновать и сформулировать нормы и правила взаимоотношения субъектов не только в сервисной деятельности. Отношение к психологически здоровой потребности человека как к ценности, которую следует учитывать в процессе вербального и невербального общения помогает формировать мировоззрение, оказывать влияние на культурные и моральные ценности, избежать рисков низкой культуры потребления, шоуизации процессов, происходящих в обществе.

Тема 1. Предмет и метод сервисологии.

Часть 1. Вопросы для обсуждения

1. Человек как основной предмет сервисологии (ценности, мораль, цели, мотивы, потребности).
2. Современные особенности сервисологии.
3. Перспективы развития видов сервисологии в России.

Контрольные вопросы

1. Предмет сервисологии и взаимосвязь с другими науками.
2. От эмпирического этапа к теоретическому.
3. Влияние культуры на сервисную деятельность: ценностей, потребностей, целей.
4. Виды сервиса.
5. Компоненты личностного потенциала работника сервисной службы.
6. Технология построения мотивационной программы.

Часть 2. Практические задания

Темы эссе

1. Эволюция сервисной деятельности.
2. Взаимосвязь общественных ценностей с видами сервисной деятельности.
3. Направления сервисологии в досуговом, познавательном и развлекательном. (для детей)
4. Психологический портрет близкого человека в контексте сервисного работника.

5. Составить мотивационную программу для работника сервисной службы.

Тестовые вопросы

1. *Что такое ценности человека?*

- а). компетенции
- б). сформировавшееся мировоззрение
- в). знания

2. *Потребность это:*

- а) желание человека что-либо приобрести
- б) нужда, ощущаемая человеком в чем-либо необходимом для его существования и развития
- в) стремление человека к чему-либо.

3. *Основной целью человека является:*

- а) получение материальных благ
- б) достижение счастья и самореализация
- в) власть и влияние

4. *Мотив это:*

- а). побуждающие к действию факторы
- б). эмоции
- в). установка

5. *Мораль это:*

- а). социализация
- б). принципы, определяющие культуру
- в). постановка вопроса

6. *Сервисология это:*
- а). наука
 - б). практика
 - в). все верно
7. *С какими науками связана сервисология?*
- а). химия
 - б). математикой
 - в). социологией

Тема 2. Формирование сервисной стратегии.

Часть 1. Вопросы для обсуждения

1. Что Вы вкладываете в понятие сервисной деятельности?
2. Какие характеристики следует отнести к способности общаться с потребителем, чтобы определить его ценности и предпочтения?
3. Какие можно подобрать функции сервисологии?

Контрольные вопросы

1. Что такое качественный сервис? Из чего он складывается?
2. Для чего нужна сервисная стратегия?
3. Какие можно дать характеристики качественному сервису?
4. В чем заключается важность мелочей в сервисной стратегии?
5. Основные характеристики качественного сервиса.
6. Как Вы определите внутренний сервис организации?
7. Какую эффективность (преимущества) дает качественный сервис? (с точки зрения менеджмента, экономики и отношения в коллективе и к своей работе).

Часть 2. Практические задания

Темы эссе

1. Этапы сервисной стратегии для конкретной организации (корпорации, фирмы, учреждения)
2. Технология качественного сервиса в организации сферы услуг.
3. Влияние качественного сервиса на такие показатели как лояльность потребителя и экономические: доход от продаж, прибыль, чистая прибыль и отношения с министерствами и ведомствами.
4. Факторы, формирующие внутренний сервис и участие всех сотрудников в реализации стратегии.
5. Влияние сервисологии на отношение внутри компании.

Тестовые вопросы

1. *Стратегия это:*

- а). программа действий
- б). технология
- в). последовательность действий для достижения целей

2. *Корпорация это:*

- а). бизнес на основе долевой собственности
- б). компания
- в). унитарная организация

3. *Фирма это:*

- а). общественная организация
- б). фонд
- в). предприятие как юридическое лицо

4. *Учреждение это:*

- а). некоммерческая организация

- б). акционерное общество
- в). производственная организация

5. Развитие это:

- а). изменение показателей деятельности
- б). качественные изменения
- в). процесс перехода организации на более успешный уровень

6. Основной элемент сервисной стратегии:

- а). бюджет
- б). цель
- в). последовательность действий
- г). все верно

7. Что приносит организации высокий доход?

- а). бюджет
- б). партнеры
- в). лояльность потребителей

8. Обеспечивает корпоративную культуру в организации:

- а). традиции
- б). доверие
- в). внутренний качественный сервис

Тема 3. Эволюция подходов к пониманию роли сервисологии.

Часть 1. Вопросы для обсуждения

1. Донаучный этап развития сервиса.
2. Этап индустриализации и философия общества потребления.
3. Современный этап развития сервисологии.
4. Особенности развития сервисологии в России.

Контрольные вопросы.

1. Развитие сервисной деятельности в эпоху индустриализации.
2. Роль маркетинга в развитии сервисной деятельности.
3. Эволюция механизмов конкуренции.
4. Проявление философии общества потребления в России.
5. Объективность возникновения сервиса в России.
6. Характеристики постиндустриального сервиса.
7. Переход от общества потребления к обществу доверия, изменение ценностей и потребностей.

Часть 2. Практические задания.

Темы эссе.

1. Какие ценности и идеи станут основой новой социально-экономической модели?
2. Приоритетные потребности человека новой формации.
3. Характеристика человеко-центричной социально-экономической модели.
4. Японская модель сервисного государства.
5. Основные характеристики человека-коллективиста и человека-индивидуалиста.

Тестовые вопросы:

1. *Массовое конвейерное производство появилось в эпоху:*

- а). античности
- б). индустриализма
- в). отмены крепостного права

2. *На чем основана ценовая конкуренция?*

- а). нейромаркетинге
- б). высокое качество товара
- в). скидки, бонусы

3. *Кто является главным субъектом в обществе потребления?*

- а). продавец
- б). покупатель
- в). производитель

4. *Основной заказчик продукции в России до конца 80-х, т.е. до начала рыночных реформ:*

- а). колхозы
- б). люди
- в). государство

5. *Что является фактором развития сервиса?*

- а). конкуренция
- б). внутренняя среда организации
- в). интересы общества

6. *На чем основана сервисология в социальном предпринимательстве?*

- а). эмпатия
- б). недоверие

в). жадность

7. *Когда перестали работать ценовые механизмы конкуренции в развитых экономиках?*

а). в середине XIX в.

б). в середине XX в.

в). в 2010 г.

8. *Рынок производства характеризуется:*

а). массовым производством

б). ценовой конкуренцией

в). продавцом, который диктует условия покупателям

9. *На каком этапе сегодня развитие сервисологии?*

а). переход от практики к теоретическому анализу

б). на доисторическом этапе

в). на индустриальном этапе

10. *С какими науками тесно связана сервисология?*

а). химией

б). психологией

в). политологией

Тема 4. Сервисный план и стратегия.

Часть 1. Вопросы для обсуждения.

1. Всегда ли прав потребитель?
2. В чем разница внутреннего и внешнего сервиса?
3. Особенности российского сервиса и чем Вы можете это объяснить.

Контрольные вопросы.

1. Что лежит в основе сервисного плана? (на примере университета)
2. Как можно разбить на сегменты рынок потребителя?
3. Какие существуют технологии определения качества обслуживания?
4. На какие группы делятся внутренние клиенты?
5. Какие основные компании?
6. Что такое клиентоориентированность? Приведите примеры.
7. Для чего нужен разгневанный клиент? Какую пользу он приносит?

Часть 2. Практические задания.

Темы эссе.

1. Составить сервисный план конкретной организации с позиции клиента-потребителя в контексте сегментов рынка.
2. Представить основы сервисного плана с позиции клиента №1 (внутренние сотрудники), которые должны совершать определенные действия в пользу другого человека.

Тестовые вопросы.

1. Цель клиентоориентированности это:
 - а). существование компании
 - б). приверженность клиента одной компании
 - в). расширение набора сервисных услуг
2. Сотрудник это:

- а). покупатель
- б). прохожий
- в). человек, работающий в компании

3. *Цель сервиса:*

- а). польза другому человеку
- б). действия
- в). работа

4. *Внутренний клиент это:*

- а). клиент №1
- б). любой сотрудник компании
- в). штатный сотрудник компании
- г). все верно

5. *Внешний клиент это:*

- а). обращающийся в компанию, с целью приобретения товаров и услуг
- б). прохожий
- в). велосипедист

6. *Удовлетворенность клиента это:*

- а). положительная эмоциональная оценка
- б). грусть
- в). смех

7. *В основе сервисного плана лежит:*

- а). цель

- б). принципы
- в). стратегия обслуживания
- г). все верно

8. *Проявление лояльности клиента:*

- а). делает повторные покупки
- б). уходит к конкуренту
- в). не доверяет

9. *В каких условиях рождается доверие?*

- а). справедливости
- б). последовательности
- в). предсказуемости
- г). все верно

10. *Кто такие родственные души?*

- а). люди с однородной системой ценности
- б). непонимающие друг друга люди
- в). ненавидящие друг друга люди

Тема 5. Взаимосвязь потребностей и тактики сервисного общения.

Часть 1. Вопросы для обсуждения.

1. Взаимосвязь потребностей человека и факторов, влияющих на потребление – основы кастомизации потребителей.
2. Условия оптимального общения с потребителем.
3. Характеристики техник общения с потребителем.

Контрольные вопросы.

1. Пирамида потребностей.
2. Характеристика индивидуальных и групповых потребностей.
3. Взаимосвязь потребностей, духовных ценностей и культуры.
4. Характеристика производственных и непроизводственных потребностей.
5. Факторы, влияющие на потребление (на основе примеров).
6. Ориентиры воздействия на потребителя.
7. Целевые сегменты клиентской базы в контексте их ожидания.
8. Зоны дистанции в человеческом контакте.
9. Этапы процедуры общения.
10. Характеристика техник общения.

Часть 2. Практические задания.

Темы эссе.

1. Влияние уровня образования и культуры на виды потребностей человека и противоречивость.
2. Особенности экономики потребления в России.
3. Как виды общения влияют на собеседника (потребителя)?

Тестовые вопросы.

1. *Как вы ведете себя в критической ситуации:*
 - а) внутренне кипите;
 - б) сохраняете полное спокойствие;
 - в) теряете самообладание.
2. *Какими словами вы встретите мужа (жену), если он (она) вернулся с работы позже обычного:*
 - а) что тебя так задержало;

- б) где ты торчишь допоздна;
 - в) я уже начал (начала) волноваться
3. *Как вы ведете себя за рулем автомобиля?*
- а) стараетесь обогнать машину, которая “показала вам хвост”;
 - б) вам все равно, сколько автомобилей вас обогнало;
 - в) помчитесь с такой скоростью, что никто не догонит вас?
4. *Какими вы считаете свои взгляды на жизнь?*
- а) сбалансированными;
 - б) легкомысленными;
 - в) крайне жесткими?
5. *Что вы предпринимаете, если дело не удастся?*
- а) пытаетесь свалить вину на другого;
 - б) смиряетесь;
 - в) становитесь впредь осторожнее
6. *Как вы будете себя вести, если вы опоздали на важное совещание из-за дорожной пробки?*
- а) будете нервничать во время заседания;
 - б) попытаетесь вызвать снисходительность партнеров;
 - в) огорчитесь
7. *Как вы поступите, если вас плохо обслужили в ресторане?*
- а) стерпите, избегая скандала;
 - б) вызовете метрдотеля и сделаете ему замечание;
 - в) отправитесь с жалобой к директору ресторана
8. *Как вы поступите, если вашего ребенка обидели в школе?*
- а) поговорите с учителем;
 - б) устроите скандал родителям обидчика;

в) посоветуете ребенку дать сдачи

9. *Какой вы человек?*

а) средний;

б) самоуверенный;

в) пробивной

10. *Что вы скажете подчиненному, с которым столкнулись в дверях?*

а) простите, это моя вина;

б) ничего, пустяки;

в) а повнимательнее вы не можете быть

11. *Ваша реакция на статью в газете о хулиганстве среди молодежи:*

а) когда же, наконец, будут приняты конкретные меры;

б) надо бы ввести более суровые наказания;

в) нельзя же все валить на молодежь, виноваты и воспитатели

12. *Какое животное вам более симпатично?*

а) тигр;

б) домашняя кошка;

в) медведь

Тема 6. Основы диагностики клиента как личности.

Часть 1. Вопросы для обсуждения:

1. Рассмотреть примеры поведенческих ориентаций во взаимодействии с другими людьми в контексте их видов.
2. Привести примеры общения с различными типами клиентов с позиции оказания влияния на них.
3. Виды проявлений настроения клиента в процессе диагностики жестов, положения головы и рук.

Контрольные вопросы:

1. В процессе чего формируется социальный включая психологический тип личности?
2. Какие примеры реализации главного мотива в профессии в личной жизни, в потреблении можете назвать?
3. Перечислить и дополнить типы удовольствий человека. Какие еще существуют?
4. Какие существуют виды поведенческих ориентаций во взаимодействии с другими людьми и что можно еще отнести сюда?
5. Назовите типы клиентов с примерами.
6. Быть манипулятором хорошо или плохо?
7. Всегда ли успешен актуализатор как личность?
8. Что мешает личности актуализатора и манипулятора реализовать свои потребности?
9. Что такое глаза в контексте экспресс диагностики человека?

Часть 2. Практические задания.

Темы эссе:

1. Качественные характеристики общественных и личных интересов человека.
2. Процесс экспресс диагностики человека на основе жестов.
3. Признаки потребительской, эксплуататорской и плодотворной поведенческих ориентаций.
4. Стремление человека к наличию высокой меновой стоимости в рамках рыночной поведенческой ориентации.
5. Проявление стяжательской поведенческой ориентации не связанные с финансовым и материальным положением.

Тестовые задания:

ТЕСТ «ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВЫГОРАНИЕ»

Проверьте себя. Если вы являетесь профессионалом в сфере взаимодействия с людьми, вам будет интересно увидеть, в какой степени у вас сформировалась психологическая защита в форме эмоционального выгорания. Читайте суждения и отвечайте «да» или «нет». Примите во внимание, что, если в формулировках опросника идет речь о партнерах, то имеются в виду субъекты вашей профессиональной деятельности — клиенты, потребители, заказчики (Бойко В.В., 1996).

1. Организационные недостатки на работе постоянно заставляют нервничать, переживать, напрягаться.
2. Сегодня я доволен своей профессией не меньше, чем в начале карьеры.
3. Я ошибся в выборе профессии или профиля деятельности (занимаю не свое место).
4. Меня беспокоит то, что я стал хуже работать (менее продуктивно, менее качественно, медленнее).

5. Теплота взаимодействия с партнерами очень зависит от моего настроения — хорошего или плохого.
6. От меня как профессионала мало зависит благополучие партнеров.
7. Когда я прихожу с работы домой, то некоторое время (часа 2—3) мне хочется побыть наедине, чтобы со мной никто не общался.
8. Когда я чувствую усталость или напряжение, то стараюсь поскорее решить проблемы партнера (свернуть взаимодействие).
9. Мне кажется, что эмоционально я не могу дать партнерам того, что требует профессиональный долг.
10. Моя работа притупляет эмоции.
11. Я откровенно устал от человеческих проблем, с которыми приходится иметь дело на работе.
12. Бывает, я плохо засыпаю (сплю) из-за переживаний, связанных с работой.
13. Взаимодействие с партнерами требует от меня большого напряжения.
14. Работа с людьми приносит все меньше удовлетворения.
15. Я бы сменил место работы, если бы представилась возможность.
16. Меня часто расстраивает то, что я не могу должным образом оказать партнеру профессиональную поддержку, услугу, помощь.
17. Мне всегда удается предотвратить влияние плохого настроения на деловые контакты.
18. Меня очень огорчает, если что-то не ладится в отношениях с деловым партнером.
19. Я настолько устаю на работе, что дома стараюсь общаться как можно меньше.
20. Из-за нехватки времени, усталости или напряжения часто уделяю внимание партнеру меньше, чем положено.
21. Иногда самые обычные ситуации общения на работе вызывают раздражение.

22. Я спокойно воспринимаю обоснованные претензии партнеров.
23. Общение с партнерами побудило меня сторониться людей.
24. При воспоминании о некоторых коллегах по работе или партнерах у меня портится настроение.
25. Конфликты или разногласия с коллегами отнимают много сил и эмоций.
26. Мне все труднее устанавливать или поддерживать контакты с деловыми партнерами.
27. Обстановка на работе мне кажется очень трудной, сложной.
28. У меня часто возникают тревожные ожидания, связанные с работой: что-то должно случиться, как бы не допустить ошибки, смогу ли сделать все, как надо, не сократят ли и т. п.
29. Если партнер мне неприятен, я стараюсь ограничить время общения с ним или меньше уделять ему внимания.
30. В общении на работе я придерживаюсь принципа: «не делай людям добра, не получишь зла».
31. Я охотно рассказываю домашним о своей работе.
32. Бывают дни, когда мое эмоциональное состояние плохо сказывается на результатах работы (меньше делаю, снижается качество, случаются конфликты).
33. Порой я чувствую, что надо проявить к партнеру эмоциональную отзывчивость, но не могу.
34. Я очень переживаю за свою работу.
35. Партнерам по работе отдаешь внимания и заботы больше, чем получаешь от них признательности.
36. При мысли о работе мне обычно становится не по себе: начинает колоть в области сердца, повышается давление, появляется головная боль.
37. У меня хорошие (вполне удовлетворительные) отношения с непосредственным руководителем.

38. Я часто радуюсь, видя, что моя работа приносит пользу людям.
39. Последнее время (или как всегда) меня преследуют неудачи в работе.
40. Некоторые стороны (факты) моей работы вызывают глубокое разочарование, повергают в уныние.
41. Бывают дни, когда контакты с партнерами складываются хуже, чем обычно.
42. Я разделяю деловых партнеров (субъектов деятельности) на «хороших» и «плохих».
43. Усталость от работы приводит к тому, что я стараюсь сократить общение с друзьями и знакомыми.
44. Я обычно проявляю интерес к личности партнера помимо того, что касается дела.
45. Обычно я прихожу на работу отдохнувшим, со свежими силами, в хорошем настроении.
46. Я иногда ловлю себя на том, что работаю с партнерами автоматически, без души.
47. По работе встречаются настолько неприятные люди, что невольно желаешь им чего-нибудь плохого.
48. После общения с неприятными партнерами у меня бывает ухудшение физического или психического самочувствия.
49. На работе я испытываю постоянные физические или психологические перегрузки.
50. Успехи в работе вдохновляют меня.
51. Ситуация на работе, в которой я оказался, кажется безысходной (почти безысходной).
52. Я потерял покой из-за работы.
53. На протяжении последнего года была жалоба (были жалобы) в мой адрес со стороны партнера (ов).

54. Мне удается беречь нервы благодаря тому, что многое из происходящего с партнерами я не принимаю близко к сердцу.
55. Я часто с работы приношу домой отрицательные эмоции.
56. Я часто работаю через силу.
57. Прежде я был более отзывчивым и внимательным к партнерам, чем теперь.
58. В работе с людьми руководствуюсь принципом: не трать нервы, береги здоровье.
59. Иногда иду на работу с тяжелым чувством: как все надоело, никого бы не видеть и не слышать.
60. После напряженного рабочего дня я чувствую недомогание.
61. Контингент партнеров, с которым я работаю, очень трудный.
62. Иногда мне кажется, что результаты моей работы не стоят тех усилий, которые я затрачиваю.
63. Если бы мне повезло с работой, я был бы более счастлив.
64. Я в отчаянии из-за того, что на работе у меня серьезные проблемы.
65. Иногда я поступаю со своими партнерами так, как не хотел бы, чтобы поступали со мной.
66. Я осуждаю партнеров, которые рассчитывают на особое снисхождение, внимание.
67. Чаще всего после рабочего дня у меня нет сил заниматься домашними делами.
68. Обычно я тороплю время: скорей бы рабочий день кончился.
69. Состояния, просьбы, потребности партнеров обычно меня искренне волнуют.
70. Работая с людьми, я обычно как бы ставлю экран, защищающий от чужих страданий и отрицательных эмоций.
71. Работа с людьми (партнерами) очень разочаровала меня.
72. Чтобы восстановить силы, я часто принимаю лекарства.
73. Как правило, мой рабочий день проходит спокойно и легко.

74. Мои требования к выполняемой работе выше, чем то, чего я достигаю в силу обстоятельств.
75. Моя карьера сложилась удачно.
76. Я очень нервничаю из-за всего, что связано с работой.
77. Некоторых из своих постоянных партнеров я не хотел бы видеть и слышать.
78. Я одобряю коллег, которые полностью посвящают себя людям (партнерам), забывая о собственных интересах.
79. Моя усталость на работе обычно мало сказывается (никак не сказывается) в общении с домашними и друзьями.
80. Если предоставляется случай, я уделяю партнеру меньше внимания, но так, чтобы он этого не заметил.
81. Меня часто подводят нервы в общении с людьми на работе.
82. Ко всему (почти ко всему), что происходит на работе я утратил интерес, живое чувство.
83. Работа с людьми плохо повлияла на меня как профессионала — обозлила, сделала нервным, притупила эмоции.
84. Работа с людьми явно подрывает мое здоровье.

Обработка данных. Каждый вариант ответа предварительно оценен компетентными судьями тем или иным числом баллов — указывается в «ключе» рядом с номером суждения в скобках. Это сделано потому, что признаки, включенные в симптом, имеют разное значение в определении его тяжести. Максимальную оценку — 10 баллов получил от судей признак, наиболее показательный для симптома.

В соответствии с «ключом» осуществляются следующие подсчеты:

1. определяется сумма баллов отдельно для каждого из 12 симптомов «выгорания»;

2. подсчитывается сумма показателей симптомов для каждой из 3-х фаз формирования «выгорания»;

3. находится итоговый показатель синдрома «эмоционального выгорания» — сумма показателей всех 12-ти симптомов.

«НАПРЯЖЕНИЕ»

1. Переживание психотравмирующих обстоятельств:

+1(2), +13(3), +25(2), -37(3), +49(10), +61(5), -73(5)

2. Неудовлетворенность собой:

-2(3), +14(2), +26(2), -38(10), -50(5), +62(5), +74(3)

3. «Загнанность в клетку»:

+3(10), +15(5), +27(2), +39(2), +51(5), +63(1), -75(5)

4. Тревога и депрессия:

+4(2), +16(3), +28(5), +40(5), +52(10), +64(2), +76(3)

«РЕЗИСТЕНЦИЯ»

1. Неадекватное избирательное эмоциональное реагирование:

+5(5), -17(3), +29(10), +41(2), +53(2), +65(3), +77(5)

2. Эмоционально-нравственная дезориентация:

+6(10), -18(3), +30(3), +42(5), +54(2), +66(2), -78(5)

3. Расширение сферы экономии эмоций:

+7(2), +19(10), -31(2), +43(5), +55(3), +67(3), -79(5)

4. Редукция профессиональных обязанностей:

+8(5), +20(5), +32(2), -44(2), +56(3), +68(3), +80(10)

«ИСТОЩЕНИЕ»

1. Эмоциональный дефицит:

+9(3), +21(2), +33(5), -45(5), +57(3), -69(10), +81(2)

2. Эмоциональная отстраненность:

+10(2), +22(3), -34(2), +46(3), +58(5), +70(5), +82(10)

3. Личностная отстраненность (деперсонализация):

+11(5), +23(3), +35(3), +47(5), +59(5), +72(2), +83(10)

4. Психосоматические и психовегетативные нарушения:

+12(3), +24(2), +36(5), +48(3), +60(2), +72(10), +84(5)

Интерпретация результатов. Предложенная методика дает подробную картину синдрома «эмоционального выгорания». Прежде всего надо обратить внимание на отдельно взятые симптомы. Показатель выраженности каждого симптома колеблется в пределах от 0 до 30 баллов:

9 и менее баллов — не сложившийся симптом;

10—15 баллов — складывающийся симптом;

16 и более — сложившийся симптом.

Симптомы с показателями 20 и более баллов относятся к доминирующим в фазе или во всем синдроме «эмоционального выгорания».

Методика позволяет увидеть ведущие симптомы «выгорания». Существенно важно отметить, к какой фазе формирования стресса относятся доминирующие симптомы и в какой фазе их наибольшее число.

Дальнейший шаг в интерпретации результатов опроса — осмысление показателей фаз развития стресса — «напряжение», «резистенция» и «истощение». В каждой из них оценка возможна в пределах от 0 до 120 баллов. Однако сопоставление баллов, полученных для фаз, неправомерно, ибо не свидетельствует об их относительной роли или вкладе в синдром. Дело в том, что измеряемые в них явления существенно разные — реакция на внешние и внутренние факторы, приемы психологической защиты, состояние нервной системы. По количественным показателям правомерно судить только о том, насколько каждая фаза сформировалась, какая фаза сформировалась в большей или меньшей степени:

36 и менее баллов — фаза не сформировалась;

37—60 баллов — фаза в стадии формирования;

61 и более баллов — сформировавшаяся фаза.

Опираясь на смысловое содержание и количественными показателями, подсчитанными для разных фаз формирования синдрома «выгорания», можно дать достаточно объемную характеристику личности и, что не менее важно, наметить индивидуальные меры профилактики и психокоррекции. Освещаются следующие вопросы:

- * какие симптомы доминируют;
- * какими сложившимися и доминирующими симптомами сопровождается «истощение»;
- * объяснимо ли «истощение» (если оно выявлено) факторами профессиональной деятельности, вошедшими в симптоматику «выгорания», или субъективными факторами;
- * какой симптом (какие симптомы) более всего отягощают эмоциональное состояние личности;
- * в каких направлениях надо влиять на производственную обстановку, чтобы снизить нервное напряжение;
- * какие признаки и аспекты поведения самой личности подлежат коррекции, чтобы эмоциональное «выгорание» не наносило ущерба ей, профессиональной деятельности и партнерам (Бойко В.В., 1996)

ТЕСТ “УМЕЕТЕ ЛИ ВЫ ВЛИЯТЬ НА ДРУГИХ”

Чтобы проверить себя на это качество, ответьте на следующие вопросы теста, используя «да» или «нет».

1. Способны ли вы представить себя в роли актера или политического деятеля?
2. Раздражают ли вас люди, одевающиеся и ведущие себя экстравагантно?
3. Способны ли вы разговаривать с другим человеком на тему своих интимных переживаний?

4. Немедленно ли вы реагируете, когда замечаете малейшие признаки неуважительного отношения к своей особе?
 5. Портится ли у вас настроение, когда кто-то добивается успеха в той области, которую вы считаете для себя самой важной?
 6. Любите ли вы делать что-то очень трудное, чтобы продемонстрировать окружающим свои незаурядные возможности?
 7. Могли бы вы пожертвовать всем, чтобы добиться в своем деле выдающегося результата?
 8. Стремитесь ли вы к тому, чтобы круг ваших друзей был неизменен?
 9. Любите ли вы вести размеренный образ жизни со строгим распорядком всех дел и даже развлечений?
 10. Любите ли вы менять обстановку или переставлять мебель?
 11. Любите ли вы новые способы решения старых задач?
 12. Любите ли вы дразнить слишком самоуверенных и заносчивых людей?
 13. Любите ли вы доказывать, что ваш начальник в чем-то не прав?
- Обработка результатов. За каждое совпадение ваших ответов с ключом запишите себе по 5 баллов. Ответ «да» - вопросы 1, 3, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13; ответ «нет» - вопросы 2, 8, 9.

Диагноз и консультация.

От 35 до 65 баллов. Вы человек, который обладает великолепными предпосылками, чтобы эффективно влиять на других, менять их модели поведения, учить, управлять, наставлять на путь истинный. Вы убеждены, что человек не должен замыкаться в себе, избегать людей, держаться на обочине и думать только о себе. Он должен что-то делать, чтобы люди лучше чувствовали себя в окружающей действительности. Вы наделены даром убеждать окружающих в своей правоте. Однако вам надо быть осторожным, чтобы ваша позиция не стала чрезмерно агрессивной.

30 и менее баллов. Хотя вы часто бываете правы, вам не удается убедить в этом окружающих. Вы считаете, что жизнь должна быть подчинена строгой дисциплине, здравому рассудку и хорошим манерам и ход ее должен быть предсказуемым. Вы не любите ничего делать через силу. Вы часто бываете слишком сдержанны, не достигая из-за этого желанной цели, а часто оказываясь и неправильно понятым.

Тема 7. Формирование корпоративной культуры в рамках сервисологии.

Часть 1. Вопросы для обсуждения.

1. Каковы ключевые элементы корпоративной культуры, способствующие развитию сервисной ориентации организации?
2. Какие инструменты и практики можно использовать для формирования ценностей клиентоориентированности среди сотрудников?
3. Какую роль играет лидерство руководства в создании сервисно-ориентированной культуры организации?
4. Как оценить эффективность мер по формированию сервисной культуры в компании?
5. Какие барьеры и сложности могут возникать при внедрении сервисной культуры и как их преодолевать?

Контрольные вопросы.

1. Что такое корпоративная культура и каковы ее основные элементы?
2. Каким образом корпоративная культура связана с сервисологией?
3. Какие ключевые ценности и принципы должны формироваться в рамках корпоративной культуры сервисной организации?
4. Какие типичные проблемы и барьеры могут возникать при внедрении корпоративной культуры сервисной направленности?

5. Каким образом корпоративная культура связана с мотивацией и вовлеченностью сотрудников в сервисную деятельность?
6. Как обеспечить устойчивость и преемственность корпоративной культуры в условиях организационных изменений?
7. Какова роль корпоративной культуры в обеспечении конкурентоспособности сервисной организации?
8. Что такое социальная ответственность в контексте корпоративной культуры?

Часть 2. Практические задания.

Темы эссе.

1. Роль корпоративной культуры в повышении качества сервиса.
2. Ключевые элементы корпоративной культуры, способствующие развитию сервисной ориентации.
3. Взаимосвязь корпоративной культуры и бренда компании-сервисного провайдера.
4. Роль обучения и развития персонала в формировании сервисной культуры.
5. Влияние корпоративной культуры на удовлетворенность клиентов.
6. Оценка эффективности корпоративной культуры с точки зрения сервисологии.

Тестовые вопросы.

1. *Что является основой формирования корпоративной культуры в сервисной организации?*
 - а) Миссия, ценности и стратегия компании
 - б) Организационная структура и система управления
 - в) Система мотивации и вознаграждения персонала
2. *Какой элемент корпоративной культуры отвечает за поведение сотрудников и их взаимодействие?*

- а) Организационные традиции и ритуалы
- б) Система коммуникаций
- в) Корпоративная философия

3. Какой фактор наиболее важен для формирования клиентоориентированной корпоративной культуры?

- а) Высокий уровень сервиса
- б) Вовлеченность и мотивированность персонала
- в) Использование современных технологий

4. Что является ключевым элементом при формировании корпоративной культуры сервисной организации?

- а) Система обучения и развития персонала
- б) Корпоративные ценности и стандарты поведения
- в) Система внутренних коммуникаций

5. Какой метод наиболее эффективен для трансляции корпоративной культуры новым сотрудникам?

- а) Наставничество и менторство
- б) Тренинги и семинары
- в) Корпоративные мероприятия

6. Что является ключевым элементом формирования корпоративной культуры в сервисологии?

- а) Четкое определение миссии и ценностей компании
- б) Создание комфортных условий труда для сотрудников
- в) Регулярное обучение и развитие персонала

7. Какой подход к формированию корпоративной культуры считается наиболее эффективным в сервисологии?

- а) Авторитарный, с жесткой регламентацией
- б) Демократический, с вовлечением сотрудников
- в) Ситуативный, с адаптацией под конкретные условия

8. *Какой из этих факторов наиболее сильно влияет на восприятие корпоративной культуры клиентами в сервисологии?*

- а) Стилль общения и поведение сотрудников
- б) Дизайн офисных помещений и брендинг
- в) Ассортимент и качество предоставляемых услуг

9. *Что из перечисленного является наиболее важным для создания клиентоориентированной корпоративной культуры?*

- а) Четкое распределение обязанностей между сотрудниками
- б) Регулярная обратная связь от клиентов и ее анализ
- в) Наличие системы мотивации и поощрения персонала

10. *Какой из этих инструментов наиболее эффективен для поддержания и развития корпоративной культуры в сервисологии?*

- а) Корпоративные мероприятия и командообразующие тренинги
- б) Строгие правила и регламенты, обязательные для всех сотрудников
- в) Внедрение системы КРІ и ежемесячная оценка эффективности

Тема 8. Социальный сервис как услуга.

Часть 1. Вопросы для обсуждения.

1. Что подразумевается под термином "социальный сервис как услуга"?
Какие основные характеристики и особенности этой концепции?

2. Какие преимущества и возможности открывает для организаций и пользователей модель социального сервиса как услуги? Как она может повысить эффективность и доступность социальных услуг?
3. Какие правовые, этические и регуляторные аспекты необходимо учитывать при развитии социального сервиса?
4. Какие перспективы и тенденции развития социального сервиса Вы видите в России?

Контрольные вопросы.

1. Что такое социальный сервис и каковы его основные характеристики?
2. Какие виды социального сервиса существуют и чем они отличаются друг от друга?
3. Какие ключевые факторы влияют на успешность внедрения и использования социальных сервисов?
4. Какие основные этапы включает в себя процесс предоставления социальных сервисов?
5. Какие нормативно-правовые аспекты необходимо учитывать при организации социального сервиса?
6. Какие организационно-управленческие решения используются для реализации социального сервиса?
7. Как оценивается эффективность и качество предоставления социального сервиса?
8. Каковы перспективы развития концепции "социальный сервис как услуга" в будущем?

Часть 2. Практические задания.

Темы эссе.

1. Роль социального сервиса в современном обществе: преимущества и ограничения.
2. Цифровизация социальных услуг: перспективы и вызовы.

3. Качество социальных услуг: критерии оценки и пути повышения.
4. Социальные сервисы для уязвимых групп населения: специфика и проблемы доступности.
5. Социальная ответственность бизнеса: роль корпоративных социальных сервисов.
6. Международный опыт предоставления социальных услуг: уроки для России.
7. Волонтерство и благотворительность как дополнение к государственным социальным сервисам.
8. Клиентоориентированность в социальном обслуживании: технологии и практики.
9. Инновации в сфере социальных услуг: перспективы в контексте сервисологии.

Тестовые вопросы.

1. Что такое социальный сервис?

- а) услуга, предоставляемая коммерческой организацией;
- б) услуга, предоставляемая государственными органами;
- в) услуга, направленная на удовлетворение социальных потребностей.

2. Какие виды социальных услуг существуют?

- а) только медицинские и образовательные;
- б) только социально-бытовые и социально-психологические;
- в) все услуги удовлетворяющие потребности человека в рамках закона.

3. Что является основной целью социального сервиса?

- а) получение прибыли;
- б) повышение качества жизни населения;
- в) расширение клиентской базы.

4. *Что относится к основным принципам социального сервиса как услуги?*

- а) ориентация на клиента, доступность, адресность;
- б) централизация, стандартизация, универсальность;
- в) все вышеперечисленное.

5. *Какая из характеристик не относится к социальному сервису как услуге?*

- а) нематериальность;
- б) неотделимость от источника;
- в) стандартизация.

6. *Что является основной целью социального сервиса как услуги?*

- а) получение прибыли;
- б) удовлетворение социальных потребностей граждан;
- в) повышение эффективности государственного управления.

Тема 9. Без сервисологии социальное предпринимательство развивать невозможно

Часть 1. Вопросы для обсуждения.

1. Благотворительность как институциональный источник социального предпринимательства в России.
2. Факторы динамичного развития социального предпринимательства в конце XIX начале XX вв.
3. Развитие теневого предпринимательства и благотворительности в Советском Союзе.
4. Факторный анализ институционального отставания социального предпринимательства в России.

5. Зарождение и развитие социального предпринимательства в переходные экономики России.

Контрольные вопросы:

1. Взаимосвязь предпринимательской культуры и развития социального предпринимательства.
2. Этапы формирования системы социальной поддержки в России дореволюционного периода (1917г.).
3. Система социальной поддержки в республиках СССР.
4. Экономические и нравственные пороки, принципы бесплатности в социальной сфере.
5. Проблемные сферы социальной жизни советских граждан и идеологические причины их сокрытия.
6. Переход к рыночной экономике – усиление увеличения объема проблемных сфер: проституция, преступность, наркомания, алкоголизм, игромания, сиротство и др.
7. Самоустранение государства от решения задач социальной сферы.
8. Причины длительности процесса возрождения внимания к социальной сфере.
9. Развитие социальных проектов и программ до принятия законодательства регламентирующего основные параметры и характеристики социального предпринимательства.
10. Барьеры развития социального предпринимательства в современных условиях.
11. Необходимые направления развития социального предпринимательства, обусловленные проведением СВО.

Часть 2. Практические задания.

Темы эссе.

1. Российские представители крупного бизнеса, задействованные в проектах социального предпринимательства.
2. Региональные программы развития социального предпринимательства.
3. Влияние культуры общества на построение отношений с людьми, попавшими в трудную жизненную ситуацию.
4. Основные проблемные сферы социальной жизни в России.

Тестовые вопросы.

1. Цель социального предпринимательства:
 - а). строительство дорог;
 - б). укрепление социального капитала государства;
 - в). поддержка политических лидеров.
2. Характеристики социального предпринимательства:
 - а). приоритетность социальной миссии;
 - б). адресность;
 - в). все верно
3. Направления работы благотворителей XVIII-XIX вв.:
 - а). развитие социальной сферы, помощь нуждающимся;
 - б). строительство мостов;
 - в). сельское хозяйство.
4. В какие годы социальное предпринимательство стало динамично развиваться?
 - а). 1990-е годы;
 - б). в конце XIX – начале XX века;
 - в). после 1945 года.

5. В каких направлениях должно развиваться социальное предпринимательство в контексте устойчивого развития?

- а). экология;
- б). искоренение бедности;
- в). все верно.

6. Какие технологии решают проблемы изоляции инвалидов, пенсионеров и др. категорий?

- а). расточительство сырья;
- б). почтовые технологии;
- в). интернет-платформы.

7. Причина акцентирования социального предпринимательства на региональные проблемы:

- а). недостаточная информированность;
- б). гос. стандарты;
- в). дифференциация российских регионов.

8. В каком году произошло законодательное закрепление института социального предпринимательства?

- а). в 1995 году;
- б). в 2012 году;
- в). в 2019 году.

9. Являются ли некоммерческие организации субъектами социального предпринимательства?

- а). да;
- б). нет;

в). частично.

10. Какое финансирование используют социальные предприниматели?

а). бюджетное;

б). фондовое;

в). смешанное.

Тема 10. Зарубежный опыт социального предпринимательства.

Часть 1. Вопросы для обсуждения.

1. Методологические основы зарождения социального предпринимательства.
2. Эволюция социального предпринимательства в западных странах. Сравнительный анализ с российскими условиями.
3. Развитие социального предпринимательства в Юго-Восточной Азии, на аравийском полуострове (арабские страны), Индия, Китай и др.
4. Сравнительные характеристики культуры западной и восточной цивилизаций в контексте социального предпринимательства.

Контрольные вопросы:

1. Возникновение модели социального предпринимательства в XIX веке в США.
2. Европейские модели организаций социальной полезности в Европе XIX века.
3. Развитие социального предпринимательства в Италии.
4. Возникновение научной школы социального предпринимательства: три направления.
5. Деятельность фонда «Ашока» (имя индийского императора) созданного в 1978 году в настоящее время.

6. Направления деятельности организации социального предпринимательства в контексте сервисологии.
7. Основные характеристики социального предпринимательства.
8. Причины приоритетности социальной миссии.
9. Модели социального предпринимательства.
10. Перспективные направления развития социального предпринимательства в контексте науки будущего – «Сервисология».

Часть 2. Практические задания.

Темы эссе:

1. Причины зарождения некоммерческих организаций.
2. От благотворительности к социальному предпринимательству (модели различных государств).
3. Эффективные зарубежные модели социального предпринимательства в контексте их использования в российских условиях.
4. Перспективные направления развития социального предпринимательства связанные с СВО.

Тестовые вопросы:

1. На основе какого сектора социально-экономической системы зародилось социальное предпринимательство:
 - а). государственного;
 - б). частно-предпринимательского;
 - в). общественного.
2. В какой стране впервые была узаконена коммерческая деятельность НКО?
 - а). в Германии;
 - б). в России;

в). в США.

3. В какой стране впервые появилось понятие «социальное предпринимательство»?

а). Россия;

б). Италия;

в). США.

4. В Европе СП зародилось с появлением обществ поддерживаемых государством:

а). ассоциаций взаимопомощи;

б). кооперативов общественной полезности;

в). оба варианта верны.

5. Какие главные проблемы и в каких отраслях решало СП в Европе в XX веке?

а). здравоохранение и социальное обслуживание;

б). образование;

в). занятость.

6. В какой азиатской стране в XX веке активно развивалось социальное предпринимательство?

а). в Бангладеш;

б). в Каторе;

в). в Китае.

7. Какая из зарубежных организационно-правовых форм более приемлема для СП в российских условиях?

а). гибридные;

- б). НКО;
- в). оба верно.
8. Почему сервисология является наукой будущего?
- а). исследует морские глубины;
- б). изучает насекомых;
- в). исследует индивидуальные потребности личности.

Список используемой литературы

1. Велединский В. Г., Росенко С. И. Спортивно-оздоровительный сервис: формирование новой учебной дисциплины // Ученые записки университета Лесгафта. 2007. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sportivno-ozdorovitelnyy-servis-formirovanie-novoy-uchebnoy-distsipliny>.
2. Федюлин А. А. Приоритетные задачи формирования науки о сервисе // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2009. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prioritetnye-zadachi-formirovaniya-nauki-o-servise>.
3. Велединский Валерий Георгиевич Сервисология: обзор достижений, проблемы становления как науки // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2010. №2 (4). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/servisologiya-obzor-dostizheniy-problemy-standovleniya-kak-nauki>.
4. Бурменко Татьяна Дмитриевна Сервисология: дискуссионные аспекты предметной области изучения // Сервис +. 2012. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/servisologiya-diskussionnye-aspekty->

predmetnoy-oblasti-izucheniya .

5. Хмелев Василий Васильевич Сервисология - наука реального гуманизма // Сервис +. 2012. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/servisologiya-nauka-realnogo-gumanizma> .
6. Аванесова Г. А. Сервисная деятельность. Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 318 с.
7. Багдасарян В. Э. Сервисное развитие в современном постиндустриальном обществе // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2012. – № 3. [Электронный ресурс] – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/servisnoe-razvitie-v-sovremennom-postindustrialnom-obschestve>(14.04.2016).
8. Базарова С. К. Сервисная деятельность как способ удовлетворения общественных потребностей / С. К. Базарова, Б. Осенова // Актуальные вопросы развития современного общества : сб. статей 4-й Междунар. науч.-практ. конференции. – 2014. – С. 96–100.
9. Донскова Л. И. Сервис как социальный феномен: концепция и технология управления : дис. ... д-ра социол. наук / Л. И. Донскова ; Алтайский гос. техн. ун-т им. И. И. Ползунова. – Барнаул, 2009. – 355 с. ; Оглавление ; Введение ; Список литературы [Электронный ресурс] – URL:.
10. Карнаухова В. К. Сервисная деятельность: учеб. пособие / В. К. Карнаухова, Т. А. Краковская ; под общ. ред. Ю. М. Краковского. – М. : Ростов н/Д. : МарТ, 2006. — 256 с. – (Туризм и сервис).
11. Коноплева Н. А. Сервисология (человек и его потребности) : учеб. пособие / Н. А. Коноплева ; Рос. акад. образования, Моск. психолого-соц. ин-т. – М. : Флинта : Московский психолого-социальный ин-т, 2008. – 245 с. : ил., табл.
12. Коротких Л. В. Содержание и структура эстетической потребности личности // Культура. Духовность. Общество. – 2013. – № 7.– С. 117–

- 121.
13. Неретина Т. Г. Организация сервисной деятельности : учеб.-методич. комплекс для студентов высш. проф. учреждений дневной и заочной форм обучения специальности "Социально-культурный сервис и туризм". – Магнитогорск : МаГУ, 2011. – 101 с.
 14. Павленок П. Д. Еще раз о сервисе, его сущности, видах, сервисологии как науке // Сервис Плюс. – 2010. – № 1. [Электронный ресурс] – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/escho-raz-o-servise-ego-suschnosti-vidah-servisologii-kak-nauke> (14.04.2016).
 15. Свириденко Ю. П. Сервисная деятельность в обслуживании населения : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по напр. подготовки "Сервис" / Ю. П. Свириденко, В. В. Хмелев. – М. : Дашков и К°, 2012. – 220 с. : ил. – (Учебное пособие).
 16. Удальцова М. В. Сервисология. Человек и его потребности : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по специальностям сервиса / М. В. Удальцова, Е. В. Наумова. – 2-е изд., стер. – М. : Омега-Л, 2012. – 106 с. : табл. – (Библиотека высшей школы).
 17. Фокина О. А. Сервисная деятельность как особый вид социальной практики // Вестник ВолГУ. Сер. 7: Философия. Социология и социальные технологии. – 2009. – № 2. [Электронный ресурс] – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/servisnaya-deyatelnost-kak-osobyu-vid-sotsialnoy-praktiki>.
 18. Фоломкина Т. А. Роль сервисной деятельности в реализации интересов личности // Сервис Плюс. – 2007. – № 3. [Электронный ресурс] – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-servisnoy-deyatelnosti-v-realizatsii-interesov-lichnosti>.
 19. Удальцова М.В., Наумова Е.В. Сервисология. Человек и его потребности / М.В. Удальцова, Е.В. Наумова — Москва, Омега-Л, 2013 г.- 112 с.
 20. Рассел Д. Пирамида потребностей по Маслоу / Д. Рассел — Москва,

- Книга по Требованию, 2013 г.- 40 с.
21. Маслоу А.Г. Самоактуализация / А. Г. Маслоу — Санкт-Петербург, Книга по Требованию, 2012 г.- 211 с.
22. Балакина Ю.Ю. Человек и его потребности (Сервисология) / Ю. Ю. Балакина — Санкт-Петербург, Феникс, 2010 г.- 288 с.
23. Бережной Н.М. Человек и его потребности / Под ред. В.Д. Диденко, СГУ сервиса – Форум, 2001.

