

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Системное управление качеством услуг в beauty-индустрии (на примере
салона красоты «Salon's», г. Саратов)**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 3 курса 391 группы

направления (специальности) 43.04.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений

Гончарук Валерии Владимировны

Научный руководитель

Доцент, к.с.н.

_____ Е. А. Раевская

Зав. кафедрой

Профессор, д.э.н., профессор

_____ Т.В. Черевичко

Саратов 2024

ВВЕДЕНИЕ. Актуальность темы. Существование сообщества потребителей тесно взаимосвязано с качеством потребляемых услуг населением. Именно поэтому качество услуг – это неотъемлемый показатель качества жизни общества в современном мире.

Перед современными организациями достаточно остро стоит вопрос о системном управлении качеством предоставляемых ими услуг, которое завязано на множестве факторов: начиная от организации оказания данных услуг, и заканчивая используемыми технологиями обслуживания. В данном случае становится важным тесное взаимодействие самих организаций с государством и различными общественными институтами: только при их совместных усилиях удастся достичь повсеместного повышения качества оказываемых услуг.

Кроме того, важное значение в системном управлении качеством играет само сообщество потребителей, которое диктует свои правила предоставления услуг, которые должны в обязательном порядке соблюдать организации, если они хотят занять конкурентоспособную позицию на рынке в своей сфере предоставления услуг. В таких условиях возрастает взаимосвязь обеспечения высокого качества услуг с эффективным обслуживанием клиентов.

В требованиях потребителей происходят постоянные изменения: требования к качеству, предоставляемых организациями услуг, неизменно растут, и видоизменяются в соответствии с поступлением новых запросов от общества. Таким изменениям подвержены все сферы жизни общества, а, в особенности, сфера услуг. Одной из таких сфер является beauty-индустрия.

В настоящее время на современном российском рынке происходит рост количества салонов красоты (сетевых салонов и моностудий), предлагающих все больше новых услуг beauty-индустрии различного рода. Аналитической компанией NeoAnalytics было установлено, что «в 2021 году объем российского рынка услуг парикмахерских и салонов красоты превысил 150 млрд рублей,

увеличившись на 46,9 % в сравнении с предыдущим годом»¹. Следовательно, можно утверждать, что рынок beauty-индустрии практически восстановился после пандемии, и успешно функционирует в условиях санкций и ограничений.

Кроме того, согласно исследованию BusinessStat, в 2022 году в России насчитывалось 188 франшиз парикмахерских и салонов красоты, что на 12,6% больше по сравнению с предыдущим годом². Данный показатель устойчиво растет с 2018-го, чему способствуют такие факторы, как сформированная культура регулярного поддержания стиля и ухоженности, повышение численности городского населения и развитие салонов эконом-класса.

После окончания пандемии, потребительское поведение претерпело большие изменения: требования к качеству beauty-услуг повысились, несмотря на снижение стандартов ухода за собой и выхода на первый план экономии и разумного потребления.

Beauty-индустрия выходит из тени: ужесточение требований к качеству оказываемых beauty-услуг, обязательная маркировка косметических препаратов и лицензии на сложные технические устройства красоты (лазеры, солярии), обязательное медицинское образование для некоторых beauty-профессий – делают beauty-сферу более прозрачной.

На данный момент только 45% населения России регулярно посещают компании beauty-индустрии. Кроме того, наблюдается снижение среднего чека и времени пребывания в салоне красоты; на первый план выходят салоны, которые находятся в шаговой доступности и услуги «в четыре руки». Следовательно, на фоне роста открывающихся салонов красоты по всей стране, спрос на их услуги постепенно падает вследствие очевидных причин: у населения наблюдается

¹ Анализ российского рынка парикмахерских и салонов красоты: итоги 2021 г., прогноз до 2025 г. [Электронный ресурс] – URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/13346/> (дата обращения: 30.09.2024).

² Салоны красоты и парикмахерские в России. [Электронный ресурс] – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Салоны_красоты_и_парикмахерские_в_России (дата обращения: 30.09.2024).

нехватка времени, а также темпы роста доходов населения ниже, нежели темпы роста стоимости beauty-услуг.

Перед руководителями предприятий в условиях жёсткой конкурентной борьбы стоит задача обеспечения конкурентных преимуществ на предприятиях данной индустрии. Персонафицированный сервис, тесно завязанный на личности специалиста, оказывающего услуги, - сложный процесс, требующий постоянного мониторинга качества.

Управление качеством услуг beauty-индустрии может осуществляться только путем мониторинга процесса непосредственного предоставления самой услуги. Необходимо разработать набор требований, которые должны соблюдаться при оказании услуг. Измерение и контроль характеристик и показателей процесса имеют важное значение для достижения и поддержания требуемого уровня качества обслуживания.

Методологическими и теоретическими основаниями магистерского исследования занимались в разные годы и с разных точек зрения многие авторы. Что ещё раз подчёркивает практическую значимость и актуальность темы.

Теоретическими аспектами качества услуг занимались такие авторы, как В.А. Антонец, В.Р. Веснин, В.В. Деньгов, А.Г. Зекунов, А.Ю. Курочкина, Б.Г. Литвак, И.М. Лифиц, С.В. Мальцева, Н.С. Отварухина, Н.В. Рубцова.

Качество предоставления услуг именно в индустрии красоты стало предметом исследования таких авторов, как Я.В. Афониной, В.Л. Василенок, А.Д. Вдовиной, Т.А. Голубевой, В.С. Дубининой, Р.Ф. Каюмовой, М.А. Кизелевича, Н.А. Крыжской, Д.И. Кузнецовой, В.С. Ланчуковой, О.Е. Медведевой, Л.А. Мусабириной, Т.Д. Показановой, А.С. Пономаревой, Д.И. Рахмоновой, А.Э. Рябчиковой, Д.Р. Хабибрахмановой.

Несмотря на многочисленные работы, посвященные теоретическим и некоторым практическим аспектам системного управления качеством услуг в beauty-индустрии, вопросы совершенствования и актуализации такого рода управления рассмотрены недостаточно, что делает тему данной работы актуальной.

Цель магистерской работы определение проблем системного управления качеством услуг в beauty-индустрии, и разработка мероприятий по составлению программы обучения сотрудников, организации досуга клиентов и автоматизации процессов оказания beauty-услуг в салоне красоты «Salon's».

Для реализации цели работы были поставлены следующие задачи:

1. Рассмотреть понятие системного управления качеством услуг;
2. Определить выбор метода оценки качества услуг в индустрии красоты как основа управляющего воздействия в области качества;
3. Изучить инструменты системного управления качеством услуг в beauty-индустрии;
4. Дать общую характеристику салона красоты «Salon's»;
5. Провести исследование качества услуг салона красоты «Salon's»;
6. Оценить эффективность управленческой деятельности салона красоты «Salon's» в сфере услуг;
7. Разработать мероприятия по совершенствованию системы управления качеством услуг салона красоты «Salon's»;
8. Оценить эффективность мероприятий по совершенствованию системы управления качеством услуг салона красоты «Salon's».

Объект исследования – системное управление качеством услуг в beauty-индустрии. Предмет исследования составляют проблемы и направления совершенствования системного управления качеством услуг в beauty-индустрии на примере салона красоты «Salon's».

Теоретическую основу исследования составляет система теоретических концепций, механизмов и методов, практических методик, представленных в трудах отечественных и зарубежных ученых и практиков, посвященных вопросам системного управления качеством услуг как в сфере услуг в beauty-индустрии.

Эмпирической основой исследования являются собранные и обработанные фактические данные по вопросам управления качеством услуг в

beauty-индустрии, собранные в салоне красоты «Salon's» в виде опросов, анкет и наблюдений.

Методологической основой работы является совокупность теоретических и общенаучных методов, среди которых можно выделить описание, сравнительный анализ, изучение нормативно-правовых документов и учебной литературы.

Научная новизна заключается в постановке проблем системного управления качеством услуг в beauty-индустрии, и разработке направлений совершенствования его реализации в прикладном аспекте с учетом выделенных проблем, существующих реалий и перспектив развития beauty-индустрии.

В результате проведенного исследования сформулированы и обоснованы следующие основные научные положения и выводы, выносимые на защиту:

1. Системное управление качеством услуг – это скоординированная и целенаправленная управленческая деятельность руководства организации и уполномоченных должностных лиц по оказанию воздействия на услуги и на требования к их качеству;

2. Для салона красоты соблюдение требований к качеству является неотъемлемым элементом системы менеджмента качества. Он позволяет контролировать качество обслуживания, обеспечивает основу для анализа и принятия управленческих решений, обеспечивает обратную связь, необходимую для улучшения и развития компании;

3. Существует достаточно большой разрыв между ожиданиями клиентов и реальностью, с которой они сталкиваются в процессе оказания им beauty-услуг мастерами салона красоты «Salon's». Данные разрывы породили проблемы в салоне красоты, которые необходимо оперативно решить в рамках совершенствования системы управления качеством beauty-услуг (недостаточный профессионализм и компетентность сотрудников; слабая организация проведения досуга клиентов; неправильная организация процесса оказания beauty-услуг, что проявляется в долгом ожидании и переносе процедур салона);

4. Для решения проблем системы управления качеством beauty-услуг в салоне красоты «Salon's» необходимы: разработка программы корпоративного обучения сотрудников, включающей три модуля обучения (профессиональный, волевой и коммуникационный (развитие коммуникативных навыков общения с клиентами); организация досуга клиентов салона красоты посредством внедрения в деятельность компании креативных и творческих методов формирования сообщества потребителей и повышения их лояльности в beauty-индустрии (мастер-классы, лекции в on-line и off-line форматах, фото-прогулки); внедрение программы для автоматизации оказания beauty-услуг салона красоты;

5. Выявленная тесная взаимосвязь между креативностью и творчеством, их влиянием на повышение качества услуг, формирование сообщества потребителей и повышение их лояльности, дают возможность определить новую миссию салона красоты «Salon's»: активизация, развитие и придание позитивной направленности процессам, реализующимся в компании в рамках реализации ею своих креативных идей и подходов для удержания и привлечения клиента, что, одновременно, позволяет достичь нового уровня развития и продвижения на рынке.

Теоретическая значимость результатов исследования состоит в том, что выявленные в результате его проведения новые знания и умения позволили полноценно углубиться в рассматриваемую тему, расширить представление об объекте и предмете исследования, сформировать теоретико-методологическую базу для дальнейших аналитического и практического разделов.

Практическая значимость результатов исследования состоит в том, что проведённое исследование, а также выводы и результаты, полученные по окончании исследования в виде конкретных проектных разработок, дадут возможность руководству салона красоты «Salon's» усовершенствовать свою систему управления качеством услуг. Это, в свою очередь, позволит добиться развития салона красоты в организационно-управленческом и финансово-экономическом аспектах.

Апробация результатов исследования. Основные положения и выводы выпускной квалификационной работы были представлены на международных и всероссийских научно-практических конференциях, в том числе:

1. XXI Международная научно-практическая конференция «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ: БЕЗОПАСНОСТЬ, ТРАНСПОРТНАЯ ЛОГИСТИКА, СЕРВИС», Омский государственный технический университет, г. Омск, заочное участие 10.10.2024 г. Тема доклада: «Выбор метода оценки качества услуг в индустрии красоты как основа управляющего воздействия в области качества».

2. Всероссийская студенческая ФОРСАЙТ-СЕССИЯ «ПОЛЕЗНЫЕ» ПУТЕШЕСТВИЯ: НОВЫЕ СМЫСЛЫ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, г. Саратов, 15.11.2024 г. Тема доклада: «Креативные методы формирования сообщества потребителей и повышения их лояльности».

Основные публикации. Результаты выпускной квалификационной работы были опубликованы в следующих сборниках научных работ:

1. Гончарук В. В., Раевская Е. А. Выбор метода оценки качества услуг в индустрии красоты как основа управляющего воздействия в области качества // Современные тенденции и перспективы развития туризма в России: безопасность, транспортная логистика, сервис: материалы XXI Междунар. науч.-практ. конф. (Россия, Омск, 10–11 окт. 2024 г.) / Ом. гос. техн. ун-т, каф. «Туризм, гос-тиничный и ресторанный бизнес»; под общ. ред. Е. В. Кулагиной. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2024. – с. 191-200.

2. Гончарук В. В. Креативные методы формирования сообщества потребителей и повышения их лояльности // сборник статей по итогам Всероссийской студенческой форсайт-сессии «Полезные» путешествия: новые смыслы молодежного туризма, 2024, г. Саратов 15.11.2024 (в печати).

Структура выпускной квалификационной работы. Работа состоит из введения, двух глав, объединяющих семь параграфов, заключения и списка

использованных источников. В первой главе исследования (теоретической) рассматриваются теоретические аспекты системного управления качеством услуг в beauty-индустрии. Во второй главе (аналитической) проводится анализ системного управления качеством услуг салона красоты «Salon's» и определяются его ключевые проблемы. В третьей главе (практической) разрабатываются мероприятия по совершенствованию системы управления качеством услуг салона красоты «Salon's», и оценивается их эффективность.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ. Первая глава посвящена исследованию теоретических основ системного управления качеством в beauty-индустрии. В ней рассматриваются понятия системного управления качеством услуг, экономико-правовой аспект, показатели качества и методы оценки качества услуг и инструменты системного управления качеством в beauty-индустрии, виды beauty-услуг.

Международный стандарт ISO 9000:2015³ предлагает универсальное определение качества, которое может применяться ко всем видам объектов, включая продукцию и услуги. Однако многие российские исследователи при рассмотрении понятия "качества услуг" фокусируются не столько на соответствии требованиям, сколько на способности этих услуг удовлетворять потребности клиентов. Российский учёный В.В. Деньгов определяет качество услуги как способность её характеристик удовлетворять запросы или ожидания сообщества потребителей на приемлемом уровне, обеспечивая при этом безопасность использования таких услуг⁴. Системном управлении качеством услуг определяется как скоординированная и целенаправленная управленческая деятельность руководства организации и уполномоченных должностных лиц по оказанию воздействия на услуги и на требования к их качеству.

Автором были определены ключевые показатели и требования к качеству услуг в сфере красоты. Соблюдение этих требований является неотъемлемой составляющей системы управления качеством в салоне красоты. Это позволяет контролировать качество обслуживания, предоставляет базу для анализа и принятия стратегических решений, а также обеспечивает обратную связь, необходимую для дальнейшего совершенствования и роста компании.

³ ISO 9000:2015 Система менеджмента качества. Базовые знания и словарный запас. [Электронный ресурс] – URL: <https://rustestm.ru/wp-content/uploads/2021/10/gost-r-iso-9000-2015-sistemy-menedzhmenta-kachestva-osnovnye-polozheniya-i-slovar.pdf> (дата обращения: 27.09.2024).

⁴ Деньгов, В.В. Теория потребительского поведения: учебник для вузов / В.В. Деньгов. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – С. 46.

Чтобы обеспечить успешное развитие компании в условиях усиливающейся конкуренции, результаты работы салона должны формировать систему взаимосвязанных показателей, отражающих степень достижения поставленных целей. Для оценки работы компании в beauty-индустрии и её финансовой эффективности невозможно ориентироваться только на один показатель. На практике всегда используется система показателей, которая позволяет оценивать их взаимодействие и выявлять сильные и слабые стороны компании. Систематизация этих показателей поможет понять общую эффективность бизнеса, и определить дальнейшие шаги для его улучшения.

Во второй главе приводится анализ системного управления качеством услуг на примере салона красоты «Salon's». Было проведено аналитическое исследование управленческой деятельности салона красоты «Salon's» в сфере услуг, который существует на рынке beauty-индустрии с 2016 года, совмещающий в себе такие направления, как: парикмахерские услуги, ногтевой сервис, оформление бровей и ресниц, косметология. В салоне красоты работает 11 человек, его организационная структура – линейного типа, а финансовое состояние – снижающееся.

В рамках проведения анкетного опроса клиентов в сентябре 2024 года, удалось установить, что большинство из них удовлетворено качеством услуг салона красоты «Salon's», однако около 1/10 клиентов имеют жалобы и претензии к его работе и работе его администраторов и мастеров.

Для оценки управленческой деятельности в сфере услуг было выбрано два метода: метод SERVQUAL и SWOT-анализ. Благодаря проведенному исследованию данными методами, удалось установить, что существует достаточно большой разрыв между ожиданиями клиентов и реальностью, с которой они сталкиваются в процессе оказания им beauty-услуг мастерами салона красоты «Salon's». Данные разрывы породили проблемы в салоне красоты, которые необходимо оперативно решить в рамках совершенствования системы управления качеством beauty-услуг. В совокупности со всеми проведенными методами и способами исследования, удалось установить

проблемы, требующие решения, для повышения качества beauty-услуг салона красоты «Salon's»:

1. Недостаточный профессионализм и компетентность сотрудников салона красоты «Salon's»;
2. Слабая организация проведения досуга клиентов;
3. Неправильная организация процесса оказания beauty-услуг, что проявляется в долгом ожидании и переносе процедур.

В третьей главе предлагаются мероприятия по совершенствованию системы управлением качества услуг салона красоты «Salon's» и даются оценка их эффективности. Для решения выявленных проблем у организации предлагается перечень мероприятий: необходимость в разработке программы корпоративного обучения сотрудников салона красоты «Salon's»; формировать сообщество потребителей и использовать креативные методы продвижения; внедрение программы Saby Салон, входящей в умную экосистему управления бизнеса SabyClients, упрощающую процесс ведения, переноса и отмены записей в салонах красоты.

Итоговый результат всех предложенных мероприятий – совершенствование системы управления качеством в салоне и, соответственно, грамотная организация процесса оказания beauty-услуг. Нацеленность каждого из мероприятий на конкретный полезный для салона результат, – уже говорит об их высокой результативности, однако стоит провести оценку их эффективности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. В результате проведенного исследования установлено, что качество услуг в beauty-индустрии является ключевым вектором развития работающих в данной отрасли компаний.

В теоретической части исследования установлено, что качество услуги представляет собой набор характеристик услуги, которые обеспечивают её способность удовлетворять потребности покупателей, и соответствовать предъявляемым требованиям. При этом системное управление качеством услуг

– это скоординированная и целенаправленная управленческая деятельность руководства организации и уполномоченных должностных лиц по оказанию воздействия на услуги и на требования к их качеству.

Рассмотрены различные методы оценки качества услуг, чаще всего применяемые в beauty-индустрии: метод SERVQUAL, «тайный покупатель», качественная оценка, основанная типологии служебных элементов услуг. Также изучены модели управления качеством beauty-услуг (модель «Gap», модель Н. Кано).

Установлено, что используемые инструменты системного управления качеством услуг в beauty-индустрии напрямую взаимосвязаны с формированием сообщества потребителей beauty-услуг и повышением их удовлетворенности. Говоря о beauty-индустрии, существует множество показателей (критериев) качества и требований, предъявляемых к качеству услуг подобного рода. Эти инструменты являются важной частью системы управления качеством услуг в сфере красоты; они помогают отслеживать качество обслуживания, предоставляют основу для анализа и принятия управленческих решений, а также обеспечивают обратную связь, необходимую для совершенствования и развития компании.

Для аналитического исследования системного управления качеством beauty-услуг был выбран салон красоты «Salon's» в сфере услуг, который существует на рынке beauty-индустрии с 2016 года. В нем реализуются такие beauty-услуги, как: парикмахерские услуги, ногтевой сервис, оформление бровей и ресниц, косметология. Организационная структура управления салона красоты «Salon's» – линейная; в компании работает 11 человек. Кроме того, была проведена оценка финансового состояния салона и ABC-анализ оказываемых им услуг.

В рамках проводимого опроса клиентов салона красоты «Salon's» (случайная выборка – 64 человека) о качестве услуг салона в сентябре 2024 года, установлено, что большинство из опрошенных клиентов удовлетворено

качеством его услуг, однако около 1/10 клиентов имеют жалобы и претензии к его работе и работе его администраторов и мастеров.

Благодаря выбранным для исследования методу SERVQUAL и SWOT-анализу, установлено, что существует достаточно большой разрыв между ожиданиями клиентов и реальностью, с которой они сталкиваются в процессе оказания им beauty-услуг мастерами салона красоты «Salon's». В результате проведенного исследования были выявлены ключевые проблемы в системном управлении качеством beauty-услуг в салоне красоты «Salon's»:

1. Недостаточный профессионализм и компетентность сотрудников салона красоты «Salon's»;
2. Слабая организация проведения досуга клиентов;
3. Неправильная организация процесса оказания beauty-услуг, что проявляется в долгом ожидании и переносе процедур.

Для решения выявленных проблем были предложены мероприятия системного управления качеством beauty-услуг в салоне красоты «Salon's»:

1. Разработка программы корпоративного обучения сотрудников салона красоты «Salon's», включающей три модуля обучения:
 - профессиональный (ориентирован на специальности конкретных сотрудников салона);
 - волевой (профилактика и недопущение стрессовых ситуаций на рабочем месте);
 - коммуникационный (развитие коммуникативных навыков общения с клиентами).
2. Организация досуга клиентов салона красоты посредством внедрения в деятельность компании креативных и творческих методов формирования сообщества потребителей и повышения их лояльности в beauty-индустрии:
 - проведение beauty-мастер-классов – бесплатно для клиентов салона;
 - проведение лекций в on-line (уроки красоты) и off-line (вебинары) форматах – бесплатный доступ для клиентов салона;

– фото-прогулки (коллаборация предоставления услуг салона красоты и местных фотографов города) – ограниченное количество человек, с клиента – оплата расходников.

3. Внедрение в деятельность салона красоты «Salon's» программы Saby Салон (специальная программа для автоматизации салона красоты), в которую входят: онлайн-запись, расписание мастеров, учет материалов, программа лояльности и удобная кассовая программа. Выбор остановлен на пакете «Оптимальный», подключение которого стоит 7 тыс. рублей в год.

Каждое из предложений было оценено с точки зрения их эффективности и результативности для внедрения на практике в деятельность салона красоты «Salon's». Установлено, что данные мероприятия позволят выйти салону на новый уровень развития, повысить качество оказываемых им beauty-услуг и повысить лояльность и удовлетворенность клиентов.

Таким образом, выявленная тесная взаимосвязь между креативностью и творчеством, их влиянием на повышение качества услуг, формирование сообщества потребителей и повышение их лояльности, дают возможность определить новую миссию салона красоты «Salon's»: активизация, развитие и придание позитивной направленности процессам, реализующимся в компании в рамках реализации ею своих креативных идей и подходов для удержания и привлечения клиента, что, одновременно, позволяет достичь нового уровня развития и продвижения на рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативные правовые акты

1. ГОСТ Р 50691-2013 Услуги населению. Модель системы обеспечения качества услуг // Доступ из СПС Консультант Плюс.
2. ГОСТ Р 52113-2014 Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг // Доступ из СПС Консультант Плюс.
3. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования (Переиздание) // Доступ из СПС Консультант Плюс.
4. ГОСТ Р 51142-2019 Услуги бытовые. Услуги парикмахерских и салонов красоты. Общие технические условия // Доступ из СПС Консультант Плюс.
5. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 24 декабря 2020 г. № 44 "Об утверждении санитарных правил СП 2.1.3678-20 "Санитарно-эпидемиологические требования к эксплуатации помещений, зданий, сооружений, оборудования и транспорта, а также условиям деятельности хозяйствующих субъектов, осуществляющих продажу товаров, выполнение работ или оказание услуг" // Доступ из СПС Консультант Плюс.

Книги и учебные пособия

6. Антонец, В.А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для вузов / В.А. Антонец. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 303 с.
7. Деньгов, В.В. Теория потребительского поведения: учебник для вузов / В.В. Деньгов. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 117 с.
8. Зекунов, А.Г. Управление качеством: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А.Г. Зекунов. — М.: Издательство Юрайт, 2024. — 460 с.
9. Курочкина, А.Ю. Управление качеством услуг: учебник и практикум для вузов / А.Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2024. — 172 с.

10. Литвак, Б.Г. Стратегическое планирование и прогнозирование: учебник для вузов / Б. Г. Литвак. — М.: Издательство Юрайт, 2024. — 139 с.

11. Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебное пособие для вузов / И.М. Лифиц. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2024. — 408 с.

12. Мальцева, С.В. Основы инновационной деятельности: учебник для среднего профессионального образования / С.В. Мальцева. — М.: Издательство Юрайт, 2024. — 517 с.

13. Отварухина, Н.С. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / Н.С. Отварухина, В.Р. Веснин. — М.: Издательство Юрайт, 2023. — 336 с.

14. Протасова, Л.Г. Управление качеством в сфере услуг: монография / Л.Г. Протасова, О.В. Плиска, Министерство образования и науки Российской Федерации, Урал. Статус Эконом № - Екатеринбург: Уральская пресса. Госэконом ун-та, 2021. — 176 с.

15. Рубцова, Н.В. Анализ рыночных возможностей : учебное пособие для вузов / Н.В. Рубцова. — М.: Издательство Юрайт, 2024. — 175 с.

Статьи из книг, сборников, продолжающихся или периодических изданий

16. Агеева, Н.С. Маркетинговые инструменты формирования потребительской лояльности / Н.С. Агеева, Н.М. Воловская // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2019. — № 5-1. — С. 14-18.

17. Афолина, Я.В. Аспекты качества в развитии предприятий индустрии красоты / Я.В. Афолина // Экономика, менеджмент и сервис: проблемы и перспективы. — 2019. — С. 212-216.

18. Василенок, В.Л. Повышение качества услуг в сфере индустрии красоты на основе использования цифровых технологий / В.Л. Василенок, А.О. Иванова, О.П. Цыварева // Экономика. Право. Инновации. — 2020. — № 4. — С. 97-102.

19. Вдовина, А.Д. Анализ бизнес-процессов салона красоты / А.Д. Вдовина, Н.В. Долбня // Бизнес-инжиниринг сложных систем: модели, технологии, инновации. – 2023. – С. 25-29.
20. Власов, М.В. Повышение эффективности бизнеса в сфере бьюти-индустрии (индустрии красоты) / М.В. Власов, Е.В. Хабибрахманова // Вестник Академии знаний. – 2022. – № 6(53). – С. 410-415.
21. Голубева, Т.А. Методика оценки качества услуг в сфере индустрии красоты / Т.А. Голубева, Н.В. Мамон // Вестник Костромского государственного технологического университета. Серия: Экономические науки. – 2021. – № 1(1). – С. 40-43.
22. Грекова, Е.И. Индустрия красоты в современном медиакультурном пространстве / Е.И. Грекова // Человек в мире культуры. – 2017. – № 4. – С. 109-111.
23. Дубинина, В.С. Адаптация метода "Тайный покупатель" для оценки качества обслуживания косметологических услуг / В.С. Дубинина, О.П. Гаврилина, О.А. Шальнова // Практический маркетинг. – 2021. – № 1(287). – С. 12-19.
24. Зонова, С.Ю. Автоматизация деятельности предприятий индустрии красоты / С.Ю. Зонова, С.В. Ченушкина // Эпоха науки. – 2022. – № 29. – С. 141-144.
25. Каюмова, Р.Ф. Инновационные подходы к работе с клиентами на малых предприятиях индустрии красоты / Р.Ф. Каюмова, О.Р. Андрианова, Л.Р. Гирфанова, К.Д. Иванова // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2022. – № 3(25). – С. 134-139.
26. Каюмова, Р.Ф. Современные подходы к организации работы с заказчиками в индустрии моды и красоты / Р.Ф. Каюмова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2024. – № 11-2(77). – С. 66-68.
27. Кизелевич, М. А. Роль информационных технологий в повышении качества услуг индустрии моды и красоты / М.А. Кизелевич, Г.Н. Нуруллина //

Качество в производственных и социально-экономических системах. – 2020. – С. 183-185.

28. Крыжская, Н.А. Методы оценки качества обслуживания в индустрии моды и красоты / Н.А. Крыжская, О.М. Фичурова // Аллея науки. – 2017. – Т. 2, № -9. – С. 599-604.

29. Кузнецова, Д.И. Организация методов оценки качества услуг / Д.И. Кузнецова // Мой шаг в науку. – 2021. – С. 311-314.

30. Ланчукова, В.С. Основные этапы разработки программы лояльности на рынке индустрии красоты / В.С. Ланчукова // Исследователь года 2019. – 2019. – С. 29-35.

31. Медведева О.Е. Алгоритм взаимодействия с потребителем в индустрии красоты на основе цифрового следа в рамках улучшения системы менеджмента качества / О.Е. Медведева, О.П. Цыварева // Научный журнал НИУ ИТМО. – 2021. – № 2. – С. 62-72.

32. Мусабирова, Л.А. Анализ методов оценки качества услуг / Л.А. Мусабирова // World of science. – 2023. – С. 95-97.

33. Пашнина, Д.К. Теоретические основы внедрения системы управления качеством в гостиничном бизнесе / Д.К. Пашнина // National Science. – 2023. – № 5. – С. 51-54.

34. Перевалова, А.И. Способы продвижения предприятий бьюти-индустрии средствами рекламы и PR / А.И. Перевалова // Форум молодых ученых. – 2023. – № 4(80).– С. 75-80.

35. Показанова, Т.Д. Требования к качеству услуг на примере салона красоты / Т.Д. Показанова // Формирование финансово-экономических условий инновационного развития. – 2023. – С. 52-54.

36. Пономарева, А.С. Проблемы продвижения услуг в индустрии моды и красоты: способы решения / А.С. Пономарева, И.В. Светличная // Модернизация России: ключевые проблемы и направления их решения. – 2024. – С. 198-204.

37. Рахронона, Д.И. Качество и безопасность услуг - основной фактор конкурентоспособности предприятия индустрии красоты / Д.И. Рахронона // Качество продукции: контроль, управление, повышение, планирование. – 2021. – С. 274-277.
38. Рахронона, Д.И. Управление качеством на предприятиях сервиса / Д.И. Рахронона // Качество в производственных и социально-экономических системах. – 2021. – С. 166-169.
39. Рябчикова, А.Э. Качество услуг: понятие и методы оценки / А.Э. Рябчикова // Экономика и право в России и мире. – 2023. – С. 104-109.
40. Улыбышев, Н.С. Совершенство системы управления качеством предоставляемых услуг на предприятиях туриндустрии / Н.С. Улыбышев, Т.Е. Одаренко // Таврический научный обозреватель. – 2016. – № 11-1 (16). – С. 280-282.
41. Фадеева Н.А. Методика оценки качества услуг / Н.А. Фадеева // Вестник Тамбовского государственного технического университета. – 2022. – № 2. – С. 484-492.
42. Федоренко, А.Н. Клиентское сообщество как новый способ продвижения компаний / А.Н. Федоренко // Вестник евразийской науки. – 2024. – № 5(42). – С. 61-75.
43. Хабибрахманова, Д.Р. Реализация профессиональных качеств сотрудников в индустрии красоты / Д.Р. Хабибрахманова // Цифровая социализация и цифровая компетентность в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии. – 2023. – С. 517-521.
44. Чудновский, А.Д. Формирование механизмов управления качеством и удовлетворенностью потребителей на предприятиях сферы услуг / А.Д. Чудновский, В.С. Горин, Г.Р. Латфуллин, В.С. Ивановский, М.В. Мальцева // Инновации и инвестиции. – 2018. – № 12. – С. 257-259.
45. Шубаева, В.Г. Креативный маркетинг как важный инструмент инновационного развития экономики / В.Г. Шубаева // Проблемы современной экономики. – 2023. – № 4. – С. 225-227.

46. Flanagan J.C. The Critical Incident Technique. Psychological Bulletin. Vol.51, No.4, July, 1954. — 33 p.

47. Parasuraman A., Zeithaml V. A., Berry L.L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, Vol. 49 No. 3, 1985, 41-50

48. Gounaris S. Measuring service quality in b2b services: an evaluation of the SERVQUAL scale vis-à-vis the IND SERV scale. Journal of Service Marketing 19/6 (2005) Emerald Group Publishing Limited, 421-435.

Электронные ресурсы

49. Анализ российского рынка парикмахерских и салонов красоты: итоги 2021 г., прогноз до 2025 г. [Электронный ресурс] – URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/13346/>.

50. Креативы для салонов красоты – 3 примера как рекламировать салон красоты. [Электронный ресурс]. – URL: https://partnerkin.com/blog/articles/kreativy_dlya_salonov_krasoty.

51. Методика SERVQUAL: полное руководство. [Электронный ресурс] – URL: <https://goo.su/oICB>.

52. Организация ООО «Артольник», ИНН 6432019391. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.list-org.com/company/9121376>.

53. Программа для автоматизации салона красоты – Saby Салон. [Электронный ресурс] – URL: https://saby.ru/salons?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=89974556&utm_content=promoakciya%7Cnone%7Cgid%7C5230496122%7Caid%7C14527030627%7C%7C%7C46132309853%7C46132309853%7Cdesktop&utm_term=зaпись%20клиента%20в%20салон%20красоты.

54. Программа для онлайн-записи и CRM для развития бизнеса – EasyWeek. [Электронный ресурс]. – URL: <https://easyweek.ru/>.

55. Салоны красоты и парикмахерские в России. [Электронный ресурс] – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Салоны_красоты_и_парикмахерские_в_России.

56. Создание сообществ – как инструмент повышения лояльности клиентов. [Электронный ресурс]. – URL: <https://vc.ru/marketing/446975-sozdanie-soobshestv-kak-instrument-povysheniya-loyalnosti-klientov>.

57. Bain & Company – Prescription for cutting costs. [Электронный ресурс]. – URL: https://media.bain.com/Images/BB_Prescription_cutting_costs.pdf.

58. CleverBox CRM – автоматизация салонов, клиник и СПА. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cleverbox-crm.com/ru/>.

59. ISO 9000:2015 Система менеджмента качества. Базовые знания и словарный запас. [Электронный ресурс] – URL: <https://rustestm.ru/wp-content/uploads/2021/10/gost-r-iso-9000-2015-sistemy-menedzhmenta-kachestva-osnovnye-polozheniya-i-slovar.pdf>.

60. Salon's – Пространство красоты на улице Сакко и Ванцетти. [Электронный ресурс] – URL: <https://salons-prostranstvo-krasoty.ru/>.