

Социокультурные аспекты предпринимательской деятельности / Socio-cultural aspects of entrepreneurial activity

Оригинальные статьи / Original articles

<https://doi.org/10.24182/2073-9885-2025-18-1-73-80>

УДК 338.46

Баланс интересов в сфере услуг: гости, команда и бизнес

Р. Н. Ахмедшин*Независимый исследователь,
r.ahmedshin.dodo@gmail.com**Казань, Россия*

Аннотация: В статье рассматривается концепция сбалансированного подхода к управлению бизнесом, основанная на гармонии между тремя ключевыми аспектами: гостями, командой и самим бизнесом.

В первой части статьи анализируется важность индивидуального подхода к гостям, персонализации сервиса, обучения персонала заботе о клиентах, стандартизации процессов и работы с обратной связью. Вторая часть посвящена роли команды в успехе бизнеса: обсуждаются корпоративная культура, забота о сотрудниках, формирование HR-бренда и создание здоровой рабочей среды. Третья часть раскрывает значимость системного управления, включая анализ метрик, учет ресурсов, поддержание чистоты и порядок в бизнесе.

Автор приходит к выводу, что баланс между этими тремя аспектами — залог устойчивого развития компании. Чрезмерная приоритизация любого из них приводит к снижению качества обслуживания, демотивации сотрудников и финансовым потерям. В статье также предлагаются практические инструменты, позволяющие предпринимателям быстро внедрить принципы сбалансированного управления в малом бизнесе сферы услуг.

Ключевые слова: сбалансированное управление, индивидуальный подход, забота о госте, корпоративная культура, командная мотивация, HR-бренд, системный менеджмент, обратная связь, автоматизация бизнеса, операционная эффективность.

Для цитирования: Ахмедшин Р.Н. Баланс интересов в сфере услуг: гости, команда и бизнес. Путеводитель предпринимателя. 2025. Т. 18. № 1. С. 73–80. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2025-18-1-73-80>.

Balancing interests in the service industry: customers, team, and business

R. N. Akhmedshin*Independent researcher,
r.ahmedshin.dodo@gmail.com**Kazan, Russia*

Abstract: This article explores the concept of a balanced approach to business management, emphasizing the harmony between three key aspects: customers, the team, and the business itself.

The first section examines the importance of a personalized approach to customers, service customization, staff training in customer care, process standardization, and feedback management. The second section focuses on the role of the

team in business success, discussing corporate culture, employee well-being, employer branding, and creating a healthy work environment. The third section highlights the significance of systematic management, covering performance metrics analysis, resource accounting, and maintaining cleanliness and organization in business operations.

The author concludes that maintaining a balance between these three aspects is crucial for sustainable business growth. Over-prioritizing any one of them can lead to lower service quality, employee demotivation, and financial losses. The article also provides practical tools to help entrepreneurs quickly implement balanced management principles in small service businesses.

Keywords: balanced management, personalized approach, customer care, corporate culture, team motivation, HR brand, systematic management, feedback, business automation, operational efficiency.

For citation: Akhmedshin R.N. Balancing interests in the service industry: customers, team, and business. *Entrepreneur's Guide*. 2025. T. 18. № 1. P. 73–80. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2025-18-1-73-80>.

Введение

Любой бизнес держится на трех взаимосвязанных компонентах: гости, команда и сам бизнес. Ключевая задача компании — удовлетворить потребности клиента и превзойти его ожидания.¹ Инвестиции в развитие сотрудников всегда окупаются через повышение их производительности и сокращении затрат на поиск и найм.² Системный подход к управлению и любовь к метрикам позволяет руководителям лучше понимать взаимосвязи внутри организации и находить оптимальные решения для ее развития.³ Что же является главной задачей руководителя? Чему отдать приоритет? В научной литературе подчеркивается, что одной из ключевых задач руководителя является поддержание баланса между различными частями организации. Эффективное управление компанией невозможно без поддержания баланса между целями организации, потребностями сотрудников и клиентов.⁴ Значимость гармонии в управлении для достижения долгосрочного успеха компании переоценить сложно.

Мы рассмотрели концепцию сбалансированного подхода к управлению, основанную на анализе каждого из этих трех аспектов. Исходя из нашего опыта, выделили наиважнейшие инструменты, внедрить которые в кратчайший срок под силу любому малому бизнесу в сфере услуг.

1. Гости: Искренняя забота и индивидуальный подход

1.1. Индивидуальный подход

Индивидуализация взаимодействия делает опыт гостя особенным и повышает его лояльность.⁵ Каждый человек уникален, и это необходимо учитывать. Например, если посетитель торопится, не стоит перегружать его диалогом и рассказывать о вашем соусе ручной работы по древне-греческому рецепту. С другой стороны, постоянный гость заслуживает особого внимания: обращайтесь к нему по имени и запоминайте его предпочтения. Важна каждая мелочь: от предоставления бесплатного напитка при случайной ошибке, до наблюдения за тем, какое настроение у гостя за столом, иногда выражение лица человека может быть красноречивее любой обратной связи. Нужно уметь вовремя уходить и оставаться незаметным, но появляться рядом с гостем в тот моменты, когда это действительно необходимо.⁶ Если говорить о продукте, оффлайн бизнес не должен ограничиваться предложениями на кассе или выкладкой. Современные технологии позволяют нам предлагать гостю то, что действительно ему нужно. Приложение и сайт помогают собирать информацию о предпочтениях гостя, частоте его покупок и прочих важных метриках.

¹ Дым Е. Как продавать услуги. — М.: ЛитРес, 2022. С. 3.

² Чернухина Г.В., Ермоловская О.А. Развитие человеческого капитала как фактор повышения конкурентоспособности предпринимательских структур в России. — М.: Финансы и статистика, 2023. С. 124.

³ Удальцова Н.Л. Формирование системы метрик для оценки и оптимизации процессов в Agile-проектах. Экономика, предпринимательство и право. 2024. Т. 14, № 11. С. 6273–6286.

⁴ Гершанок В., Ошепков В. Менеджмент: учебное пособие. — Пермь: Пермский государственный университет, 2010. С. 120.

⁵ Биттер Н.В., Шаховалова Н.Н. Формирование лояльности гостей как фактор устойчивого развития гостиничного предприятия (на примере мини-гостиниц). Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10, № 9. С. 133–141.

⁶ Офицерова Н.А. Роль эмоционального сервиса в ресторанном бизнесе. Вестник университета. 2021. № 11. С. 164–167.

Персонализация в контексте продукта важнейшая составляющая укрепления связи между вашим брендом и гостем, и формирования долгосрочной лояльности. Это иллюстрирует рисунок 1.

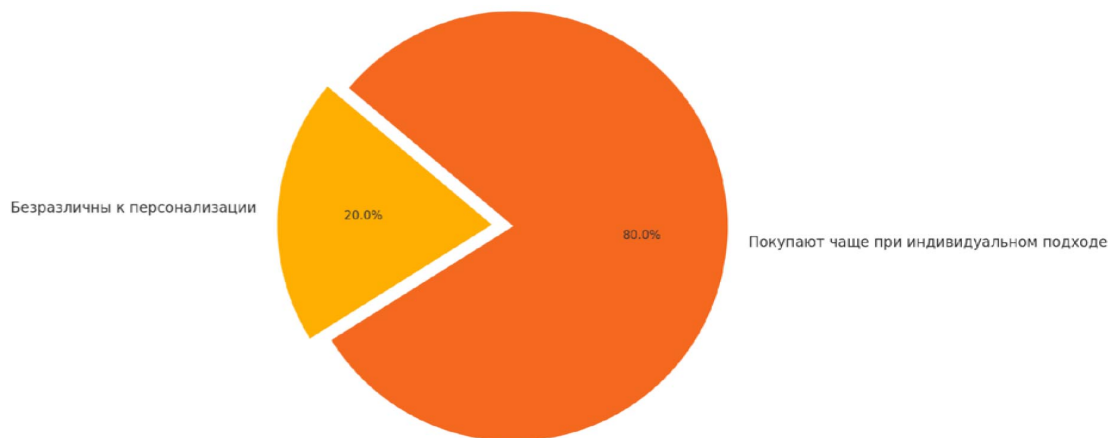


Рис. 1. Вероятность совершения покупки при персонализированном опыте ⁷

Сегодня множество сервисов по доступной цене позволяют нам собирать информацию о предпочтениях гостей. Однако реализовать на практике индивидуальный подход в оффлайновой составляющей бизнеса намного сложнее. В небольшом бизнесе, например, с одним собственником, проводящим в своем заведении большую часть дня, шанс успешного внедрения этого инструмента сильно выше, чем в сети с несколькими точками. Как быть искренним, если «индивидуальный подход» это «обязанность»? Как не казаться лицемером в глазах подчиненных? В конце концов, если руководитель овладел навыком находить индивидуальный подход к гостям, как научить этому команду?

1.2. Обучение стажеров заботе о гостях

Искренняя забота формируется не только через теоретические тренинги, но и благодаря личному примеру старших сотрудников. А в случае с индивидуальным подходом, теоретическая составляющая обучения не несет в себе абсолютно никакого смысла без практики с опытным и искренним наставником. Обучение персонала — самый трудозатратный, сложный и долгий процесс (точнее бесконечный). Без системного подхода к нему долгосрочно достичь успеха невозможно. Нужно принять, что это не разовый проект, а рутинная задача бизнеса, как сдача отчетов в налоговую, только намного более значимая. Об инструментах, которые помогают в привлечении и обучении команды написано сотни книг. Приведу два важнейших, на наш взгляд, примера, которые можно эффективно и за короткий срок внедрить даже небольшим компаниям.

Системное развитие сотрудников: программы обучения и наставничество в любом виде. Обеспечив индивидуальный подход к каждому стажеру, внимание и поддержку на всех этапах от собеседования до адаптации и аттестации, мы уменьшим сроки обучения и текучесть, сэкономив деньги, и увеличим продажи посредством повышения уровня сервиса, т.к. более опытные сотрудники совершают меньше ошибок и лучше знают свое дело. В конечном итоге, важнейшей задачей каждого менеджера, инструктора или управляющего, сразу после назначения на должность, должен быть поиск и воспитание замены для самого себя. Это позволит обеспечить постоянный профессиональный рост внутри компании и обеспечит формирование резерва менеджеров и управляющих, что является необходимым условием для компании, которая хочет быстро и качественно расти и развиваться.

⁷ Epsilon. New Epsilon research indicates 80% of consumers are more likely to make a purchase when brands offer personalized experiences. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.epsilon.com/us/about-us/pressroom/new-epsilon-research-indicates-80-of-consumers-are-more-likely-to-make-a-purchase-when-brands-offer-personalized-experiences> (дата обращения: 11.12.2024). — Текст: электронный.

Внедрение актуальных инструментов автоматизации найма, адаптации и обучения. Чат-боты, интерактивные базы знаний, платформы для онлайн обучения, электронные подписи и многое другое. Облегчат и упростят взаимодействие с кандидатами с первого касания и позволят вам высвободить ресурсы для более важных аспектов обучения.

В целом, все, что мы описали, похоже на создание инфраструктуры, которая облегчит жизнь всем участникам процесса обучения. Понятная структура роста и развития в компании высвобождает энергию и эмоции сотрудников для своей главной обязанности: заботе о гостях.

1.3. Стандартизация процессов

Принимать решения не просто. Это сложный процесс, отнимающий много энергии. Зачастую решения, которые принимает линейный персонал, расходятся с интересами большинства гостей. Цели нахождения гостя и сотрудника в заведении в корне отличаются. Гость пришел к нам отдохнуть, насладиться спокойной обстановкой, получить свой любимый напиток. Сотрудник же, пришедший работать, может быть уставшим, с личными проблемами, в раздумьях о дипломной работе и т.д. Решения, которые он принимает в тот или иной момент рабочего процесса, могут быть отражением его личных переживаний, чего допускать не стоит. Для того, чтобы большинству гостей было комфортно, часть рутинных решений, таких как громкость музыки, температура кондиционера или интервал лояльности, следует стандартизировать для создания комфортной атмосферы. Это позволяет снизить вероятность раздражения гостей и создать единый стиль обслуживания. Кроме того автоматизация рутинных процессов повысит эффективность и снизит вероятность ошибок.⁸

1.4. Работа с отзывами

Работа с отзывами — важная часть управления клиентским опытом. Своевременная и грамотная реакция на отзывы помогает компании выявить слабые стороны в своей деятельности, оперативно исправить недостатки и продемонстрировать клиентам готовность учитывать их мнение. Более того реакция на жалобы или негативные отзывы предоставляет возможность не только устранить существующие проблемы, но и установить с клиентами взаимоотношения, основанные на доверии, показать лояльность и заботу о клиенте и создать благоприятное впечатление даже в сложных ситуациях (рис. 2).

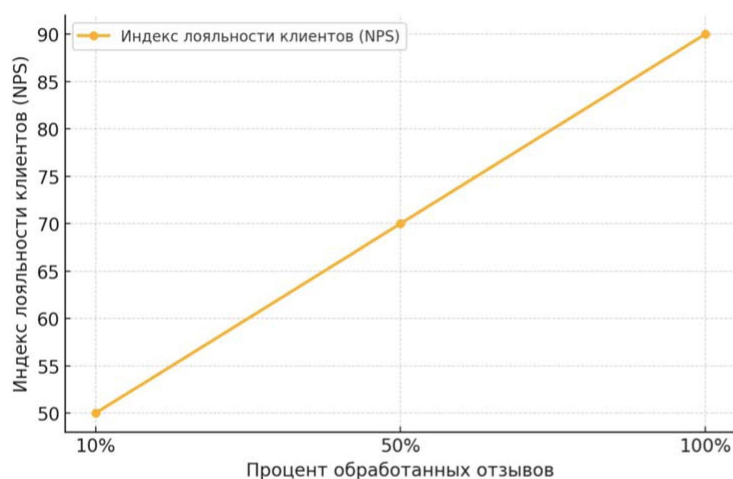


Рис. 2. Роль работы с отзывами в повышении лояльности клиентов ⁹

Например, клиент, оставивший негативный отзыв, может изменить свое мнение, если он увидит, что компания не только исправила ошибку, но и предприняла шаги для предотвращения подобных ситуаций в будущем. Это особенно важно в условиях высокой конкуренции, где каждая деталь взаимодействия с клиентом может повлиять на выбор между вами и конкурентами.

⁸ Тверитинова В. А. Автоматизация, как средство повышения эффективности работы сотрудников специализированного депозитария. E-Scio. 2023. № 3. С. 54.

⁹ Сергеевкова Е. А. Факторы повышения лояльности клиентов. Форум молодых ученых. 2016. С. 526–527.

2. Команда: Забота о людях как залог успеха

Команда — это основа, на которой строится весь бизнес. Забота о сотрудниках и их развитии напрямую влияет на результаты компании.

2.1. Забота и поддержка

Регулярные встречи один на один, еженедельные планерки с чаепитием, активное общение в чатах и внимание к личным проблемам сотрудников создают здоровую рабочую атмосферу. Например, ежедневный контакт с новичками помогает им быстрее адаптироваться, а опытным сотрудникам не потерять интерес к работе и постоянно улучшать свои профессиональные навыки. Традиции, такие как совместные прогулки или дегустации, способствуют формированию чувства принадлежности к команде.¹⁰

Рабочая обстановка должна быть удобной и безопасной. Наличие рабочего кондиционера, качественного оборудования, комфортных зон отдыха и соблюдение графиков отпусков, важнейшая точка роста для большинства компаний в сфере услуг. Забота о базовых потребностях сотрудников повышает их вовлеченность и удовлетворенность работой.

2.2. Корпоративная культура

Атмосфера взаимопомощи и командный дух не должны быть просто словами. Каждый человек хочет ощущать себя частью чего-то большего, значимого и вдохновляющего. Взаимодействие внутри команды должно создавать ощущение сплоченности, поддержки и общей цели. Это может выражаться в самых разных формах: чаепитиях, походах, участии в благотворительных акциях, взаимопомощи в повседневной работе, совместных корпоративных мероприятиях, прогулках на природе, спортивных мероприятиях.¹¹ Конечно, не стоит забывать о похвале и конструктивной обратной связи. Важна каждая мелочь. Например, даже внедрение анонимных опросов помогает выявить скрытые проблемы и повысить доверие в команде.

Кроме того такие инициативы помогают раскрыть личностный потенциал каждого члена команды. Корпоративная культура включает в себя все точки взаимодействия сотрудника с компанией: начиная от повседневной работы и заканчивая поддержкой личных амбиций и профессионального роста. Все это формирует общую атмосферу, где сотрудник чувствует себя частью единого механизма. Важно, чтобы корпоративная культура не воспринималась как навязанный сверху приказ, а была искренней и живой, отражая ценности и цели как компании, так и ее сотрудников. В конечном итоге корпоративная культура способствует формированию доверительных отношений между командой и руководителем, что крайне важно для долгосрочного сотрудничества.¹²

2.3. Формирование HR бренда

Формирование HR-бренда компании — это сложный, но крайне важный процесс, который ни в коем случае нельзя пускать на самотек. Подходить к этой задаче необходимо так же, как и к любой другой цели: с четким пониманием, что именно вы хотите достичь, как это будет измеряться и какие шаги нужно предпринять для успеха. Цель должна быть измеримой, достижимой и понятной для всех участников процесса, чтобы каждый член команды видел, как его усилия вносят вклад в общую картину.

Однако стоит помнить, что любые усилия по созданию HR-бренда могут быть потрачены впустую, если внутри компании отсутствует искреннее и уважительное отношение к собственным сотрудникам. HR-бренд, как и любая другая форма рекламы, должен быть отражением реального положения вещей. Если «продукт» — в данном случае ваше отношение к команде, условия работы, возможности для роста — не соответствует заявленному, это неизбежно приведет к разочарованию, снижению доверия и ухудшению репутации.

¹⁰ Петров С. В. Командообразование как фактор повышения качества. Компетентность. 2022. № 4. С. 26–31.

¹¹ Александрова Е. А. Мотивация в эпоху кризиса: внутренние мероприятия «без бюджета». — М.: Альпина Паблшер, 2023. С. 94.

¹² Рычкова А. В. Корпоративная культура современной компании. Генезис и тенденции развития. — М.: Юрайт, 2023. С. 145.

Поэтому успех в формировании HR-бренда начинается с внутренней работы над корпоративной культурой: создания комфортной и справедливой рабочей среды, обеспечения возможностей для профессионального роста, поддержания честного и открытого диалога с сотрудниками. Только в этом случае можно рассчитывать, что HR-бренд станет настоящим инструментом привлечения талантов и укрепления позиций компании на рынке труда.¹³

Все описанное в данном разделе решает множество задач, в том числе и ту, о которой мы говорили ранее: как научить сотрудников равнодушию, искренности и индивидуальному подходу к гостям? Ответ прост: все это руководитель должен применять по отношению и к своей команде.

3. Бизнес: Системный подход к управлению

Эффективность бизнеса обеспечивается систематическим анализом и оптимизацией процессов.

3.1. Анализ и постановка целей

Регулярный анализ метрик — ежедневный, еженедельный и ежемесячный — позволяет своевременно выявлять ключевые тенденции и проблемы. Установление четких целей и обратная связь по их достижению помогает команде работать продуктивнее. На каждом из уровней управления метрики и задачи могут отличаться. Например, бариста в кофейне в течение смены не может влиять на среднюю частоту посещения кофейни в месяц (пример метрики для управляющего кофейней), но может давать гостям искренний сервис и продукт, приготовленный без ошибок, о чем нам скажет такая метрика, как количество лайков и дизлайков при заказе в приложении. О лайках и дизлайках гораздо проще говорить с линейным персоналом, чем о средней частоте посещения вашей кофейни.

3.2. Списание и учет

Системная работа с потерями и списаниями помогает минимизировать убытки. Важно не только фиксировать проблемы, но и находить решения, обсуждая их с командой. Представление информации в денежном выражении делает их более понятными для всех членов команды. Кроме того здесь затрагивается и финансовая грамотность команды — это важный инструмент, который помогает сотрудникам осознавать свою роль в общей системе бизнеса. Обучение бариста или кассира пониманию влияния их действий на финансовые результаты компании делает их более осведомленными и вовлеченными. Так, объяснение взаимосвязи между ежедневной чистотой оборудования и увеличением выручки мотивирует сотрудников заботиться о деталях.¹⁴ Сотрудники начинают понимать, что экономное использование ингредиентов, соблюдение стандартов качества и минимизация ошибок напрямую влияют на успех бизнеса. Это формирует у них чувство ответственности и сопричастности.

Если мы не знаем о проблеме, то по умолчанию не можем работать с ней и найти решение. Поэтому даже простейшая система учета принесет огромную пользу бизнесу. Самый простой способ понять, работает ли система учета бизнеса, — начать проводить ежемесячные, еженедельные и ежедневные ревизии заинтересованному в результате менеджеру, управляющему или собственнику бизнеса. Этот простой шаг даст результат уже через неделю. Конечно, за такой срок никакие проблемы не исправить, но понять, эффективна ли существующая система и какая из ее частей требует скорейшего вмешательства, возможно.

3.3. Чистота и порядок

Чек-листы, FEFO (First Expired, First Out — сначала используется то, у чего срок годности истекает раньше), 5S (система организации рабочего пространства, направленная на повышение эффективности, производительности и безопасности) и регулярные проверки чистоты являются важным инструментом для поддержания стандартов качества и обеспечения безопасности, особенно в сфере общественного питания. Они помогают систематизировать процесс уборки и ухода за помещениями, снижая вероятность возникновения ошибок.

¹³ Осовицкая Н. (ред.). HR-брендинг: лучшие практики десятилетия. — М.: ЛитРес, 2022. С. 15.

¹⁴ Семёнычев Ф. Встроенное качество. 2016. С. 120.

Работа над чистотой не только делает пребывание гостей в заведении приятным и безопасным, но и формирует у сотрудников понимание значимости порядка. Участие команды в таких процессах укрепляет чувство ответственности за общее дело и способствует повышению дисциплины.

Контроль за чистотой тесно связан с соблюдением принципов пищевой безопасности. Чистота рабочих поверхностей, инвентаря, холодильного и технологического оборудования напрямую влияет на сохранность продуктов и предотвращение их порчи. Таким образом, четкая система проверки чистоты, реальное внедрение чек-листов и прочих инструментов, и регулярные уборки создают не только визуально привлекательную, но и безопасную среду, что является одним из ключевых аспектов успешного управления предприятием в сфере услуг.

Заключение

Баланс между гостями, командой и бизнесом — это не просто теоретическая модель, а фундаментальная необходимость для стабильного и успешного функционирования любого предприятия. Этот принцип лежит в основе всех процессов управления и определяет, как эффективно организация может достигать своих целей. Игнорирование хотя бы одного из этих трех аспектов неизбежно приводит к возникновению проблем, которые негативно отражаются на всех частях системы: от снижения удовлетворенности клиентов и демотивации сотрудников, до ухудшения финансовых результатов компании. Главной задачей руководителя является поддержание баланса и гармонии, что требует комплексного подхода на всех уровнях управления — от покупки швабры, до выбора локации для новой кофейни. Однако, несмотря на очевидность этого принципа, в повседневной практике он часто игнорируется, что приводит к нежелательным последствиям для всех сторон.

Дальнейшие исследования в этой области могут быть сосредоточены на разработке универсальных методик и моделей оценки баланса, применимых на практике к различным отраслям и форматам бизнеса. Это откроет новые возможности для повышения эффективности управления и создания конкурентных преимуществ на рынке.

Список литературы

1. Ахмедшин Р.Н. Инструменты эффективного найма и развития сотрудников в условиях дефицита кадров на рынке услуг. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 4. С. 6—33. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-4-26-3>.
2. Дым Е. Как продавать услуги. — М.: ЛитРес, 2022. С. 3.
3. Чернухина Г.В., Ермоловская О.А. Развитие человеческого капитала как фактор повышения конкурентоспособности предпринимательских структур в России. — М.: Финансы и статистика, 2023. С. 124.
4. Удальцова Н.Л. Формирование системы метрик для оценки и оптимизации процессов в Agile-проектах. Экономика, предпринимательство и право. 2024. Т. 14, № 11. С. 6273—6286.
5. Гершанок В., Ошепков В. Менеджмент: учебное пособие. — Пермь: Пермский государственный университет, 2010. С. 120.
6. Биттер Н.В., Шаховалова Н.Н. Формирование лояльности гостей как фактор устойчивого развития гостиничного предприятия (на примере мини-гостиниц). Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10, № 9. С. 133—141.
7. Офицерова Н.А. Роль эмоционального сервиса в ресторанном бизнесе. Вестник университета. 2021. № 11. С. 164—167.
8. Epsilon. New Epsilon research indicates 80% of consumers are more likely to make a purchase when brands offer personalized experiences. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.epsilon.com/us/about-us/pressroom/new-epsilon-research-indicates-80-of-consumers-are-more-likely-to-make-a-purchase-when-brands-offer-personalized-experiences> (дата обращения: 11.12.2024). — Текст: электронный.
9. Тверитинова В.А. Автоматизация, как средство повышения эффективности работы сотрудников специализированного депозитария. E-Scio. 2023. № 3. С. 54.
10. Сергеевкова Е.А. Факторы повышения лояльности клиентов. Форум молодых ученых. 2016. С. 526—527.
11. Петров С.В. Командообразование как фактор повышения качества. Компетентность. 2022. № 4. С. 26—31.
12. Александрова Е.А. Мотивация в эпоху кризиса: внутренние мероприятия «без бюджета». — М.: Альпина Паблишер, 2023. С. 94.

13. Рычкова А.В. Корпоративная культура современной компании. Генезис и тенденции развития. — М.: Юрайт, 2023. С. 145.
14. Осовицкая Н. (ред.). HR-брендинг: лучшие практики десятилетия. — М.: ЛитРес, 2022. С. 15.
15. Семёнычев Ф. Встроенное качество. 2016. С. 120.

References

1. Akhmedshin R.N. Effective Recruitment and Employee Development Tools in the Context of Labor Shortages in the Service Sector. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2024. T. 23. № 4. P. 26–33. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-4-26-33>.
2. Dym, E. How to Sell Services. — Moscow: LitRes, 2022. P. 3.
3. Chernukhina G.V., Yermolovskaya O.A. Development of Human Capital as a Factor in Increasing the Competitiveness of Entrepreneurial Structures in Russia. — Moscow: Finance and Statistics, 2023. P. 124.
4. Udaltsova N.L. Formation of a System of Metrics for the Evaluation and Optimization of Processes in Agile Projects. Economics, Entrepreneurship, and Law. 2024. Vol. 14, No. 11. Pp. 6273–6286.
5. Gershanok V., Oshepkov V. Management: Textbook. — Perm: Perm State University, 2010. P. 120.
6. Bitter N.V., Shakhvalova N. N. Formation of Guest Loyalty as a Factor of Sustainable Development of a Hotel Enterprise (Based on the Example of Mini-Hotels). Service in Russia and Abroad. 2016. Vol. 10, No. 9. Pp. 133–141.
7. Ofitserova N.A. The Role of Emotional Service in the Restaurant Business. University Bulletin. 2021. No. 11. Pp. 164–167.
8. Epsilon. New Epsilon Research Indicates 80% of Consumers Are More Likely to Make a Purchase When Brands Offer Personalized Experiences. [Online Resource]. Available at: <https://www.epsilon.com/us/about-us/pressroom/new-epsilon-research-indicates-80-of-consumers-are-more-likely-to-make-a-purchase-when-brands-offer-personalized-experiences> (Accessed: 11 December 2024).
9. Tveritina V.A. Automation as a Means of Increasing the Efficiency of Employees in a Specialized Depository. E-Scio. 2023. No. 3. P. 54.
10. Sergeenkova E.A. Factors of Increasing Customer Loyalty. Forum of Young Scientists. 2016. Pp. 526–527.
11. Petrov S. V. Team Building as a Factor in Quality Improvement. Competence. 2022. No. 4. Pp. 26–31.
12. Alexandrova E. A. Motivation in the Era of Crisis: Internal Events «Without a Budget». — Moscow: Alpina Publisher, 2023. P. 94.
13. Rychkova A. V. Corporate Culture of a Modern Company: Genesis and Development Trends. — Moscow: Yurayt, 2023. P. 145.
14. Osovitskaya, N. (Ed.). HR Branding: Best Practices of the Decade. — Moscow: LitRes, 2022. P. 15.
15. Semyonichev F. Built-in Quality. 2016. P. 120.

Статья поступила в редакцию 10.01.2025; одобрена после рецензирования 05.02.2025; принята к публикации 10.02.2025.

The article was submitted 10.01.2025; approved after reviewing 05.02.2025; accepted for publication 10.02.2025.