

Процедура ранжирования множества услуг типового гостиничного комплекса на основе рангов потребностей человека для сферы гостеприимства

05, май 2011

автор: Демури В. Б.

УДК: 510.22.640.41

Анапский филиал ГОУ ВПО
«Московский государственный гуманитарный университет» им. М. А. Шолохова.
vbili@yandex.ru

Введение

В настоящее время в гостиничном деле все больше ощущается потребность в разработке научных методик и практических моделей, позволяющих повысить эффективность принимаемых управленческих решений, способствующих увеличению прибыли и повышению качества обслуживания [1, 2].

Число номеров для проживания в гостиничном комплексе может достигать нескольких тысяч, при этом каждый номер характеризуется наличием множества услуг, предоставляемых человеку (душ, интернет, телевидение и т.д.). Число услуг, предоставляемых современной гостиницей, достигает ~300. Как в этих условиях правильно подобрать клиенту номер, который бы наиболее удовлетворил его требования к необходимым услугам? Как правильно представить перечень услуг клиенту, чтобы максимизировать его заинтересованность в выборе? Ответы на данные вопросы могут быть получены на основе ранжирования множества услуг.

Ранжирование множества услуг гостиничного комплекса можно выполнить методом экспертного опроса, однако при таком подходе не учитывается факт влияние услуг на удовлетворения потребностей. Таким образом, актуальной является задача ранжирования услуг на основе рангов потребностей человека. Сложность решения данной задачи требует построения математической модели типового гостиничного комплекса, позволяющей путем тройственного установления соответствия потребностей, видов деятельности и услуг получить перечень услуг, ранжированный по степени важности для клиента [3].

Процесс выбора человеком необходимого набора услуг в сфере гостеприимства характеризуется наличием неопределённых требований и нечёткими данными. Нашей целью является уменьшение неопределённости в заказе услуг клиентом, за счёт предоставления для выбора ранжированного перечня (в порядке уменьшения рангов) услуг и получения ответа от клиента о его потребностях в наиболее значимых услугах (услугах с наибольшим рангом).

Ранжирование множества услуг типового гостиничного комплекса

Потребности человека в соответствии с иерархией Маслоу [4] разделяются на семь видов и могут быть представлены системой множеств

$$P = \{P_j\},$$

где j – вид потребностей, $j = \overline{1, 7}$,

$$P_j = \{p_k^j\} -$$

- множество потребностей j -го вида; $k = \overline{1, q_j}$;

$$(q_1 = 6, q_2 = 18, q_3 = 15, q_4 = 14, q_5 = 17, q_6 = 8, q_7 = 4);$$

q_j – число классифицированных экспертами потребностей для j -го вида, согласно опроса проведённого по форме, представленной ниже (табл. 1.).

Каждая из потребностей p_k^j имеет свой ранг $R_{p_k^j}$, полученный на основе экспертного опроса (табл. 2).

Таблица 1. Фрагмент формы экспертного опроса для определения множеств потребностей, реализуемых в различных видах деятельности.

Потребность \ Цель поселения			Обеспечение жизнедеятельности	Труд	Учение	Досуг	Общение	Игра
Потребности физиологические (органические)	1.1	в атмосферном воздухе и его качестве						
	1.2	в воде и ее качестве						
	1.3	в пище						
	1.4							
Потребности в безопасности	2.1	потребность в тепловом комфорте						
	2.2	в пространственном комфорте						
	2.3	в радиационном комфорте						
	2.4							
Потребности в принадлежности к определенной группе людей и любви	3.1	потребность вхождения в группу						
	3.2	в межличностном общении						
	3.3	в любви и дружбе						
	3.4							
Потребности уважения (почитания)	4.1	потребность в самоутверждении						
	4.2	в понимании						
	4.3	в известности						

Потребность \ Цель поселения			Обеспечение жизнедеятельности	Труд	Учение	Досуг	Общение	Игра
	4.4							
Познавательные потребности	5.1	потребность в информационно-познавательной среде						
	5.2	в обеспеченности средствами информации						
	5.3	в получении информации						
	5.4							
Эстетические потребности	6.1	потребность в творчестве и художественной деятельности						
	6.2	в повышении уровня культуры						
	6.3	в высоком уровне обеспеченности пищей						
	6.4							
Потребности в самоактуализации	7.1	потребность в развитии личности						
	7.2	в рефлексии						
	7.3	в созидании						
	7.4							

Таблица 2. Ранжированный перечень потребностей клиента сферы гостеприимства

Потребность \ Цель поселения		Отдых	Лечение	Командировка
p_1^1	в атмосферном воздухе и его качестве	7,40	7,65	6,55
p_2^1	в воде и её качестве	7,65	7,65	7,65
p_3^1	в пище	7,40	7,65	7,40
p_4^1	в физиологическом отдыхе	7,65	7,40	6,80
p_5^1	в физическом развитии	6,21	5,95	5,36
p_6^1	в продолжении рода и сексуальная потребность	7,40	2,81	4,00
p_1^2	потребность в тепловом комфорте	6,30	6,09	5,81
p_2^2	в пространственном комфорте	4,41	4,20	4,41
p_3^2	в радиационном комфорте	6,09	6,09	5,60
p_4^2	в магнитно-волновом комфорте	6,09	5,81	5,60
p_5^2	в защищённости от паразитарных и вирусно-бактериальных заболеваний	6,09	6,09	5,39
p_6^2	в гигиене	5,81	5,81	5,39
p_7^2	в биологическом информационно-пространственном комфорте	4,69	4,20	4,41
p_8^2	в обеспеченности средствами передвижения	4,69	3,29	5,11
p_9^2	в личной безопасности	5,39	5,81	6,09

Потребность \ Цель поселения		Отдых	Лечение	Командировка
p^2_{10}	в поддержании здоровья	5,39	6,30	4,41
p^2_{11}	в профилактике заболеваний	4,20	5,60	3,29
p^2_{12}	в лечении болезней	3,71	5,81	3,29
p^2_{13}	в укреплении здоровья	5,39	5,39	3,29
p^2_{14}	в развлечениях	5,81	1,89	2,59
p^2_{15}	в зрелищах	5,60	1,89	2,31
p^2_{16}	в активном отдыхе	5,39	0,49	1,19
p^2_{17}	в пассивном отдыхе	5,39	3,29	2,31
p^2_{18}	в стимулированном расслаблении	4,20	2,59	2,59
p^3_1	потребность вхождения в группу	2,50	1,35	1,50
p^3_2	в межличностном общении	2,65	0,85	2,50
p^3_3	в любви и дружбе	3,85	2,65	1,65
p^3_4	в семье	4,50	1,85	0,85
p^3_5	в воспитании	2,00	2,00	1,50
p^3_6	во взаимодействии	2,50	2,00	3,00
p^3_7	в сочувствии	2,00	3,50	1,85
p^3_8	в помощи	2,15	3,35	2,35
p^3_9	в заботе	2,85	4,15	1,35
p^3_{10}	в гражданских свободах и законности	4,15	4,15	4,15
p^3_{11}	уверенности в завтрашнем дне	4,00	4,00	3,85
p^3_{12}	в справедливости	4,00	4,00	4,00
p^3_{13}	сознания своего пола и возраста	2,35	2,50	3,15
p^3_{14}	этнические потребности	2,65	1,00	1,00
p^3_{15}	идеологические потребности	1,85	1,00	1,15
p^4_1	потребность в самоутверждении	1,72	1,20	2,52
p^4_2	в понимании	2,40	1,72	2,80
p^4_3	в известности	1,48	0,40	1,72
p^4_4	в признании	1,60	0,52	2,12
p^4_5	в уважении	2,52	1,88	3,08
p^4_6	в успехе и благополучии	2,40	2,00	2,52
p^4_7	в демонстрации достижений	1,88	0,68	2,52
p^4_8	в привлечении внимания	2,00	1,20	1,88
p^4_9	в сохранении молодости	2,40	2,40	1,60
p^4_{10}	быть соблазнительным	2,28	1,32	1,48
p^4_{11}	быть красивым	2,80	1,32	2,28
p^4_{12}	в активности	2,28	1,08	2,40
p^4_{13}	в адекватном материальном и моральном поощрении труда	1,32	1,48	3,48
p^4_{14}	в обеспечении труда адекватными возможностями его осуществления	0,80	0,92	3,48

Потребность \ Цель поселения		Отдых	Лечение	Командировка
p ⁵ ₁	потребность в информационно-познавательной среде	1,89	1,20	2,19
p ⁵ ₂	в обеспеченности средствами информации	1,41	0,90	2,10
p ⁵ ₃	в получении информации	1,41	1,41	2,40
p ⁵ ₄	в обработке информации	0,81	0,69	2,40
p ⁵ ₅	в сохранении информации	1,20	0,51	2,40
p ⁵ ₆	в защите информации	1,71	1,29	2,40
p ⁵ ₇	в обмене информацией	1,80	0,99	2,31
p ⁵ ₈	в принятии решений	1,20	0,90	2,31
p ⁵ ₉	в понимании собеседника	1,89	1,59	2,49
p ⁵ ₁₀	в изложении мыслей	1,11	1,29	2,49
p ⁵ ₁₁	в консультациях	1,41	1,89	2,31
p ⁵ ₁₂	в вере, религии	1,59	1,80	1,50
p ⁵ ₁₃	в повседневном познании	1,71	1,11	1,59
p ⁵ ₁₄	в репродуктивном познании (учеба)	0,81	0,99	1,59
p ⁵ ₁₅	в повышении квалификации	0,69	0,81	2,01
p ⁵ ₁₆	в теоретическом (специальном) познании	0,81	0,90	2,19
p ⁵ ₁₇	в продуктивном (открытие принципиально нового знания) познании	0,60	0,60	1,89
p ⁶ ₁	потребность в творчестве и художественной деятельности	1,26	0,60	1,00
p ⁶ ₂	в повышении уровня культуры	1,40	0,66	1,20
p ⁶ ₃	в высоком уровне обеспеченности пищей	1,54	0,80	0,86
p ⁶ ₄	в высоком уровне обеспеченности одеждой	1,20	0,74	1,46
p ⁶ ₅	в высоком уровне обеспеченности жильем	1,34	0,74	1,14
p ⁶ ₆	в высоком уровне обеспеченности предметами обихода	1,26	0,80	1,00
p ⁶ ₇	в порядке и чистоте	1,34	1,40	1,26
p ⁶ ₈	в роскоши	1,20	0,60	0,66
p ⁷ ₁	потребность в развитии личности	0,47	0,43	0,53
p ⁷ ₂	в рефлексии	0,47	0,33	0,50
p ⁷ ₃	в созидании	0,40	0,23	0,53
p ⁷ ₄	в реализации способностей	0,47	0,27	0,70

Ранги потребностей клиента гостиничного комплекса, в зависимости от цели поселения, получены путем нормировки (умножения на нормировочный коэффициент) значений экспертных оценок. Это связано с тем, что у среднестатистического гражданина физиологические потребности должны быть удовлетворены на 85%, потребность в безопасности – на 70%, потребность в принадлежности к определенной группе людей и любви – на 50%, потребность в уважении – на 40%, познавательные – на 30%, эстетические – на 20%, а потребность в самоактуализации – на 10% [5, 6]. Таким образом,

$$k_n = \begin{cases} 0.85, \text{ для } P_1; \\ 0.70, \text{ для } P_2; \\ 0.50, \text{ для } P_3; \\ 0.40, \text{ для } P_4; \\ 0.30, \text{ для } P_5; \\ 0.20, \text{ для } P_6; \\ 0.10, \text{ для } P_7. \end{cases}$$

Потребности человека удовлетворяется в процессе различных видов его деятельности. Выделяют следующие виды деятельности человека: труд (D_2), учение (D_3), досуг (D_4), общение (D_5), игра (D_6). Добавим к данной классификации деятельность по поддержание физиологических потребностей человека (D_1) и досуг (D_4), как особенности деятельности в сфере гостеприимства. Совокупность указанных видов деятельности обозначим

$$D = \{D_i\}. \quad (4)$$

Множество услуг гостиничного комплекса не является постоянным и дифференцируется в зависимости от размеров гостиницы, её месторасположения, уровня комфортабельности и других причин. Типичный гостиничный комплекс предоставляет набор услуг, который может быть разбит на 13 категорий по их функционально-целевому назначению. Каждая категория, в свою очередь, также содержит определенный перечень сервисов, характерный лишь для этой категории. Например, услуга связи подразумевает услуги почты, услуги факсимильной и телефонной связи, предоставление возможности работы в Интернет, доставку в номер корреспонденции.

Множество указанных услуг гостиничного комплекса запишем в виде

$$U = \{U^h\},$$

где h – вид услуг, $h = \overline{1, 13}$,

$$U^h = \{u_n^h\} -$$

- совокупность услуг гостиницы n -го вида; $n = \overline{1, q_h}$,

$$(q_1 = 3, q_2 = 6, q_3 = 6, q_4 = 7, q_5 = 3, q_6 = 4, q_7 = 4, \\ q_8 = 5, q_9 = 6, q_{10} = 6, q_{11} = 10, q_{12} = 5, q_{13} = 5|),$$

q_h – число классифицированных экспертами услуг n -го вида (табл. 2).

Путём соотнесения услуг гостиничного комплекса, потребностей клиента для сферы гостеприимства и характерных видов деятельности получена математическая модель типового гостиничного комплекса, которая представлена на рис. 1.

Таблица 3. Ранжированный перечень услуг гостиничного комплекса

u_n^h	Наименование услуги	Отдых		Лечение		Командировка	
		№ п/п	Ранг	№ п/п	Ранг	№ п/п	Ранг
u_1^1	услуги бронирования	36	5,43	33	5,69	34	6,15
u_2^1	предоставления номера необходимой комфортности	1	9,00	1	9,00	1	9,43
u_3^1	предоставления дополнительного оборудования номера	15	6,48	14	6,48	25	6,81
u_4^1	предоставление помещений общего пользования	2	8,74	2	8,91	2	9,36
u_1^2	услуги пансионного питания	13	6,52	11	6,77	16	7,13
u_2^2	обслуживание в номере	6	7,26	4	7,33	7	7,73
u_3^2	банкетное обслуживание	19	6,32	22	6,05	18	7,03
u_4^2	обслуживание в баре или буфете	7	7,24	5	7,29	6	7,83
u_5^2	обслуживание с помощью продуктовых автоматов	11	6,60	10	6,82	14	7,18
u_6^2	национальная кухня	50	4,88	54	4,27	66	4,80
u_1^3	услуги горничной	16	6,47	12	6,72	17	7,12
u_2^3	чистка и ремонт обуви	52	4,57	55	4,23	60	5,16
u_3^3	глажение и ремонт одежды	53	4,57	56	4,23	61	5,16
u_4^3	стирка и химчистка одежды	54	4,57	57	4,23	62	5,16
u_5^3	услуги парикмахерской (салона красоты)	59	3,83	60	3,85	68	4,45
u_6^3	ремонт мелкой бытовой техники и аппаратуры	56	4,20	59	3,87	65	4,93
u_1^4	трансфер	20	6,26	21	6,10	19	6,97
u_2^4	парковка авто	70	1,99	69	3,03	59	5,22
u_3^4	автомобильная техническая помощь	66	2,28	65	3,43	50	5,63
u_4^4	заказ автотранспорта	64	2,95	64	3,63	41	5,74
u_5^4	прокат автомобилей	51	4,74	48	4,62	32	6,29
u_6^4	аренда вертолета	55	4,35	62	3,66	64	5,07
u_7^4	продажа билетов на все виды транспорта	67	2,22	66	3,36	54	5,43
u_1^5	услуги системы охраны отеля	39	5,32	30	5,84	26	6,78
u_2^5	услуги хранения багажа и ценностей в сейфах	63	3,02	51	4,47	31	6,32
u_3^5	услуги телохранителей	38	5,35	29	5,88	22	6,92
u_1^6	услуги почты	32	5,65	17	6,31	24	6,83
u_2^6	факсимильной и телефонной связи	10	6,64	6	7,23	4	7,98
u_3^6	Интернета	5	7,30	3	7,66	3	8,48
u_4^6	доставка в номер корреспонденции	57	4,02	50	4,52	47	5,65
u_1^7	услуги различных видов телевизионного вещания	29	5,71	42	5,48	36	6,06
u_2^7	радиовещания	30	5,71	43	5,48	37	6,06
u_3^7	музыкальное и видео-оформление номеров и общих помещений	17	6,45	20	6,12	27	6,72
u_4^7	продажа и доставка периодических изданий	33	5,53	36	5,62	28	6,58
u_1^8	прокат фото-видео аппаратуры	41	5,27	52	4,39	55	5,42

u _n ^h	Наименование услуги	Отдых		Лечение		Командировка	
		№ п/п	Ранг	№ п/п	Ранг	№ п/п	Ранг
u ₂ ⁸	средств связи	25	5,97	15	6,47	13	7,22
u ₃ ⁸	компьютерной техники	26	5,97	24	6,02	9	7,65
u ₄ ⁸	посуды	49	4,90	63	3,63	69	3,94
u ₅ ⁸	спортивного инвентаря	28	5,81	46	5,20	58	5,25
u ₁ ⁹	аренда конференц-зала	35	5,44	18	6,27	8	7,69
u ₂ ⁹	зала для переговоров	47	5,09	32	5,76	10	7,42
u ₃ ⁹	кабинета	40	5,30	19	6,17	5	7,96
u ₄ ⁹	спектр услуг бизнес-центра	58	3,96	47	5,17	12	7,23
u ₅ ⁹	услуги переводчика	48	4,98	40	5,52	20	6,96
u ₆ ⁹	референта	62	3,26	53	4,37	29	6,50
u ₁ ¹⁰	обмен валют	60	3,71	61	3,85	39	5,92
u ₂ ¹⁰	пользование банкоматом	68	1,99	67	3,34	44	5,71
u ₃ ¹⁰	оплата электронными картами	69	1,99	68	3,34	45	5,71
u ₄ ¹⁰	расчет из номера	71	0,89	71	2,39	67	4,48
u ₅ ¹⁰	консультации юриста, нотариуса	31	5,69	9	6,83	11	7,28
u ₆ ¹⁰	оформление виз	65	2,89	58	3,94	63	5,15
u ₁ ¹¹	услуги, предоставляемые спортивным залом	8	6,76	23	6,05	35	6,07
u ₂ ¹¹	тренажерным залом	22	6,18	44	5,46	48	5,64
u ₃ ¹¹	бассейном	23	6,16	45	5,45	49	5,63
u ₄ ¹¹	конюшней	18	6,33	41	5,49	46	5,67
u ₅ ¹¹	площадками для гольфа	9	6,65	31	5,80	40	5,92
u ₆ ¹¹	экскурсионное обслуживание, услуги гида	24	6,09	27	5,93	33	6,22
u ₇ ¹¹	продажа билетов в театры, цирк, на концерты	14	6,48	28	5,88	38	6,06
u ₈ ¹¹	услуги няни	27	5,92	49	4,62	70	3,81
u ₉ ¹¹	организация досуга на дискотеках, в ночном клубе, казино, зале автоматов, видеоигр, бильярдной, кегельбане	4	7,56	8	7,13	15	7,14
u ₁₀ ¹¹	проведение анимационных мероприятий	3	7,87	7	7,19	21	6,94
u ₁ ¹²	спектр услуг, предоставляемых сауной	21	6,22	16	6,37	30	6,48
u ₂ ¹²	баней	12	6,53	13	6,69	23	6,86
u ₃ ¹²	массажным кабинетом	37	5,43	35	5,63	57	5,36
u ₄ ¹²	солярием	61	3,70	70	2,96	71	2,96
u ₅ ¹²	СПА-салон	34	5,48	34	5,65	56	5,38
u ₁ ¹³	вызов скорой помощи	42	5,24	25	5,97	42	5,73
u ₂ ¹³	услуги врача	43	5,24	26	5,97	43	5,73
u ₃ ¹³	пользование медицинской аптечкой	44	5,21	37	5,61	51	5,61
u ₄ ¹³	медпункт	45	5,21	38	5,61	52	5,61
u ₅ ¹³	оказание первой медицинской помощи	46	5,21	39	5,61	53	5,61

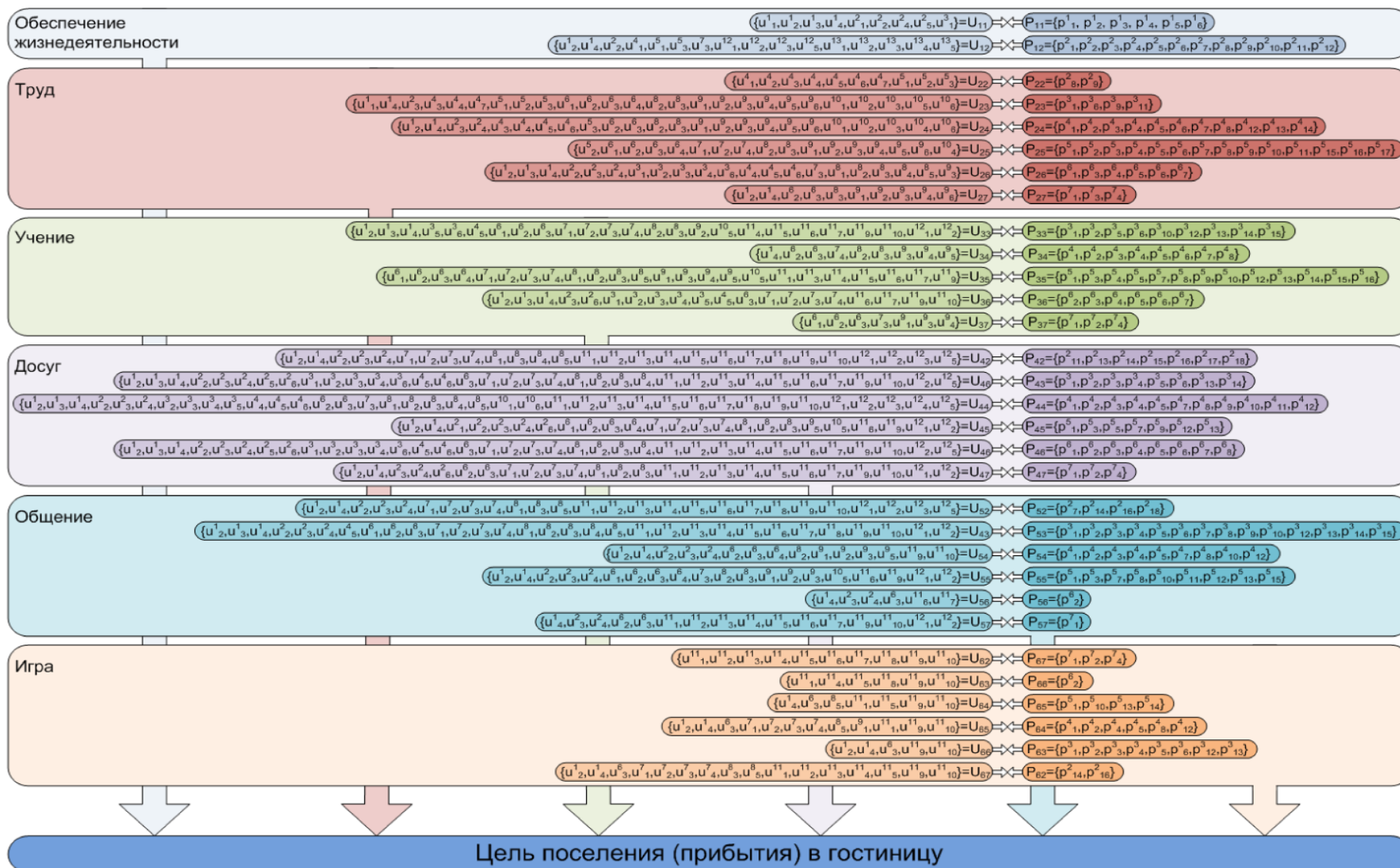


Рис. 1. Математическая модель типового гостиничного комплекса

Представленная математическая модель типового гостиничного комплекса основана на следующих системах множеств, полученных методом экспертных оценок.

1) Система множеств потребностей человека, реализуемых в различных видах деятельности

$$M_P = (P_{i,j}), \quad i = \overline{1,6}, \quad j = \overline{1,7}, \quad P_{ij} \subseteq P_j.$$

2) Система множеств услуг гостиницы, направленных на удовлетворение потребностей клиента

$$M_U = (U_{i,j}), \quad i = \overline{1,6}, \quad j = \overline{1,7}.$$

3) Система множеств услуг гостиницы, направленных на удовлетворение потребностей j -го вида, реализуемых в i -м виде деятельности

$$U_{ij} = \{U_{ij}^h\}, \quad h = \overline{1,13}, \quad U_{ij}^h \subseteq U^h,$$

где U_{ij}^h – множество услуг гостиницы h -го вида, направленных на удовлетворение потребностей j -го вида, реализуемых в i -м виде деятельности.

Модель типового гостиничного комплекса, представленная на рис.1, позволяет на основе рангов потребностей клиента гостиничного комплекса (табл. 2), используя процедуру ранжирования множества услуг на основе рангов потребностей (рис. 2) получить числовые значения важности услуги для удовлетворения потребности клиента (табл. 3) в зависимости от цели поселения.

Рассмотрим порядок выполнения процедуры ранжирования услуг (рис .2).

Шаг 1. Обязательным условием для работы процедуры является определение чёткой цели поселения клиента в гостиничный комплекс - отдых, лечение или командировка.

Шаг 2. В зависимости от цели поселения извлекаются исходные данные в виде рангов потребностей клиента для сферы гостеприимства $R_{p_k}^j$ (табл. 2).

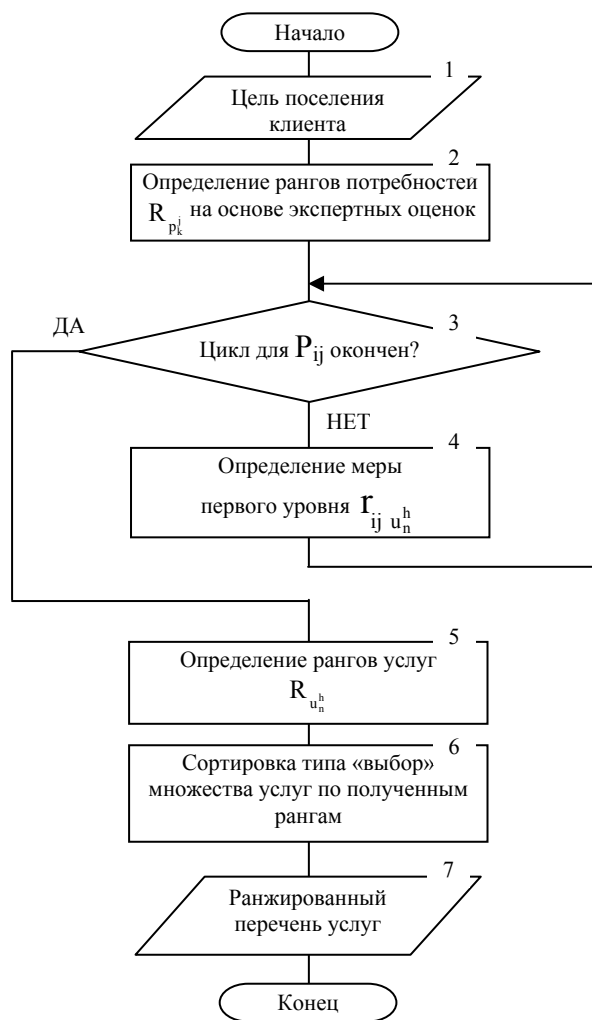


Рис. 2. Процедура ранжирования услуг типового гостиничного комплекса на основе рангов потребностей

Шаги 3, 4. В цикле по i и j для каждой из услуг u_n^h определяется промежуточное значение меры удовлетворения потребности j -го вида, реализуемой в i -м виде деятельности

$$r_{ij u_n^h} = \frac{\sum_{k=1}^{q_j} \frac{R_{p_k^j}}{\sum_{h=1}^{13} \sum_{n=1}^{q_h} S_{p_k^j u_n^h}}}{q_j}.$$

Шаг 5. Производится вычисление ранга

$$R_{u_n^h} = \frac{\sum_{j=1}^7 \sum_{i=1}^6 r_{ij u_n^h}}{42}$$

для каждой из услуг u_n^h .

Шаг 6. Результаты вычислений на пятом шаге сортируются в порядке убывания.

В результате выполнения указанной процедуры, услуги для каждого клиента в зависимости от цели его поселения будут представлены в виде перечня, ранжированного по убыванию их значимости (табл. 3).

К примеру, услуга u_1^9 – аренда конференц-зала имеет ранг 7.69 – для командированного (8-е место в перечне услуг), ранг 6.27 – для человека, прибывшего на лечение (18-е место), ранг 5.44 – для отдыхающего (35 место).

Если клиент не знаком с перечнем услуг, которые предоставляет гостиничный комплекс, то он будет последовательно знакомиться с этими услугами. Учитывая психофизическую утомляемость человека, можно утверждать, что он познакомится в среднем всего с примерно 16 пунктами этого перечня. После рассмотренного ранжирования перечня услуг, лицу, прибывшему в командировку, такая услуга, как аренды конференц-зала будет представлена в перечне под номером восемь (ранг 7,69). Таким образом, вероятность заказа данной услуги увеличивается. Для сравнения, лицу, прибывшему на отдых, будет предоставлен перечень услуг, в котором аренда конференц-зала будет занимать 35-ю позицию.

Заключение

Используя данные экспертного опроса, удалось

а) определить систему множеств потребностей человека, реализуемых в различных видах деятельности для сферы гостеприимства;

б) определить систему множеств услуг типового гостиничного комплекса, которые удовлетворяют потребности человека, реализуемые в различных видах его деятельности;

в) выполнить ранжирование потребностей клиента гостиничного комплекса в зависимости от цели поселения в гостиницу: отдых, лечение, командировка.

Указанные результаты исследования явились основой для разработки математической модели типового гостиничного комплекса, которая описывает взаимозависимость услуг, потребностей и видов деятельности человека на фоне целевого назначения деятельности клиента (цели поселения).

Предложенная процедура ранжирования услуг гостиничного комплекса на основе рангов потребностей человека позволяет ранжировать услуги в зависимости от цели поселения. Результаты выполнения процедуры являются основой для реализации метода интеллектуального выбора гостиничного номера и упрощают процесс выбора услуг гостиничного комплекса, характерных для искомого номера за счет исключения из рассмотрения услуг, которые имеют ранг ниже заданного порога.

Литература

1. Биржаков М. Б. Введение в ТУРИЗМ: Учебник. – Издание 8-е, переработанное и дополненное. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2006. – 512 с.
2. Сорокина А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристических комплексах: Учебное пособие. – М. Альфа-М; ИНФРА-М, 2006. – 304 с.
3. Сервисная деятельность: учебное пособие / С. Н. Коробкова, В. И. Кравченко, С. В. Орлов, И. П. Павлова. Под общ. ред. В. К. Романович. – СПб.: Питер, 2005. – 156 с.
4. Абрахам Маслоу и иерархия потребностей// Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (<http://www.marketing.spb.ru/lib-around/maslow.htm>).
5. Блэкуэлл Р. Д. Поведение потребителей: учебник / Р. Д. Блэкуэлл, П. У. Миниард, Д. Ф. Энджел. – 9 - е междунар. изд. – СПб. и др.: Питер, 2002. – 621 с.
6. Орлов С. В. Человек и его потребности: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса / С. В. Орлов. – СПб.: Питер, 2006. – 158 с.