Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology https://mir-nauki.com

2025, Том 13, № 3 / 2025, Vol. 13, Iss. 3 https://mir-nauki.com/issue-3-2025.html

URL статьи: https://mir-nauki.com/PDF/24PDMN325.pdf

5.8.7. Методология и технология профессионального образования (педагогические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:
Мусийчук, С. В. «Душа обедает сама»: специфика понятия «профессиональная культура» в подготовке специалистов технологии и организации общественного питания / С. В. Мусийчук // Мир науки. Педагогика и психология. — 2025. — Т. 13. — № 3. — URL: https://mir-nauki.com/PDF/24PDMN325.pdf.

For citation:
Musiichuk S.V. «The soul eats by itself»: the specifics of the concept of «professional culture» in the training of catering technologists. *World of Science. Pedagogy and psychology*. 2025;13(3): 24PDMN325. Available at: https://mir-nauki.com/PDF/24PDMN325.pdf. (In Russ., abstract in Eng.).

УДК 378.147

Мусийчук Сергей Васильевич[1]
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», Анапа, Россия
Доцент кафедры «Управления, экономики и социально-гуманитарных дисциплин»
Кандидат философских наук, доцент
E-mail: sv-mus@mail.ru
РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=390248
WoS: https://www.webofscience.com/wos/author/rid/AAB-8500-2020

«Душа обедает сама»: специфика понятия «профессиональная культура» в подготовке специалистов технологии и организации общественного питания

Аннотация. Статья посвящена проблеме выявления специфики профессиональной культуры специалистов технологии и организации общественного питания и особенностям формирования профессиональных компетенций в процессе обучения. Актуальность обусловлена новым этапом совершенствование культуры сервиса и технологий на современных предприятиях общественного питания. Важным методологическим основанием исследования является мысль В.Н. Введенского о культуре как главном средство адаптации человека к условиям существования В качестве основного подхода используется культурологический подход. Культурологический подход в педагогике предполагает понимание образования как части экообразовательной культурной среды вуза.

Проанализированы современные трактовки терминов «культура, профессиональная культура специалистов технологии и организации общественного питания» и др. Методологические основания культуры питания (М.В. Гавриленко, 2014).

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в методологической концептуальной основе для разработки образовательного курсов по специальности технология и организация общественного питания.

Новизна решения проблемы заключается в содержательном плане и представлена четырьмя структурными компонентами:

- Профессиональная культура специалиста технологии общественного питания в структуре понятия «культура».

[1] http://sv-mus.narod.ru/

- Формирование профессиональной культуры специалиста общественного питания на основе профессиональных компетенций.
- Технология общественного питания в процессе в процессе обучения как социально культурный сервис.
- Методологические принципы культуры общественного питания как основа обучения корпоративной культуре общественного питания в организации.

В статье обосновано, что процесс развития профессиональной культуры требует как личных усилий, как будущего специалиста, так и специалиста, и так же так и поддержки со стороны организации. В настоящее время в условиях глобализации и цифровизации, особенно важны гибкость, этика и непрерывное обучение.

Ключевые слова: культура; профессиональная культура; подготовка специалистов технологи и организации общественного питания; методология культуры питания; культура питания в рецептуре народных блюд; современные тенденции в культуре питания; профессиональные компетенции

«Народ жив, пока живы его культура и язык»

К.Д. Ушинский

Введение

Актуальность становления профессиональной культуры при подготовке специалистов технологи организации общественного питания обусловлена сохранением нематериального культурного наследия, выраженного в этническом своеобразии мирового сообщества, обоснованного культурной идентичностью людей на основе национальной кухни, а также значимостью конкурентного преимущества организации общественного питания в настоящее время.

Возьмем за основу определение культуры данное в Большом толковом словаре русского языка: «Культура (лат. cultura — образование, развитие). Совокупность достижений человеческого общества в производственной, общественной и духовной жизни…. Духовная культура (совокупный духовный опыт человека, включающий познавательную и духовную деятельность и её результаты). Материальная к. (совокупность материальных благ, предметов и средств их производства). Массовая культура (ориентированная на массовую аудиторию и удовлетворяющая её потребности в досуге, развлечении и общении). Народная культура (создаваемая в течение столетий представителями народа, не имеющими специального и профессионального образования».[2] В данном определении выделим совокупность терминов отражающих в понятии «культура» духовные и материальные ценности. Компоненты рассматриваемого понятия отражены в структуре «Профессиональная культура специалиста технологии общественного питания в структуре понятия «культура» на рисунке 1. Так же отметим наличие в определении компонента «духовная культура» как совокупность познавательной и духовной деятельности, что находит отражение в процессе подготовки специалистов технологии и организации общественного питания. В материальной культуре выделяются такие компоненты как совокупность материальных благ, предметов и средств их производства.

[2] Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://gramota.ru/poisk?query=культура&mode=slovari&dicts[]=42 (Дата обращения: 28.004.2025).

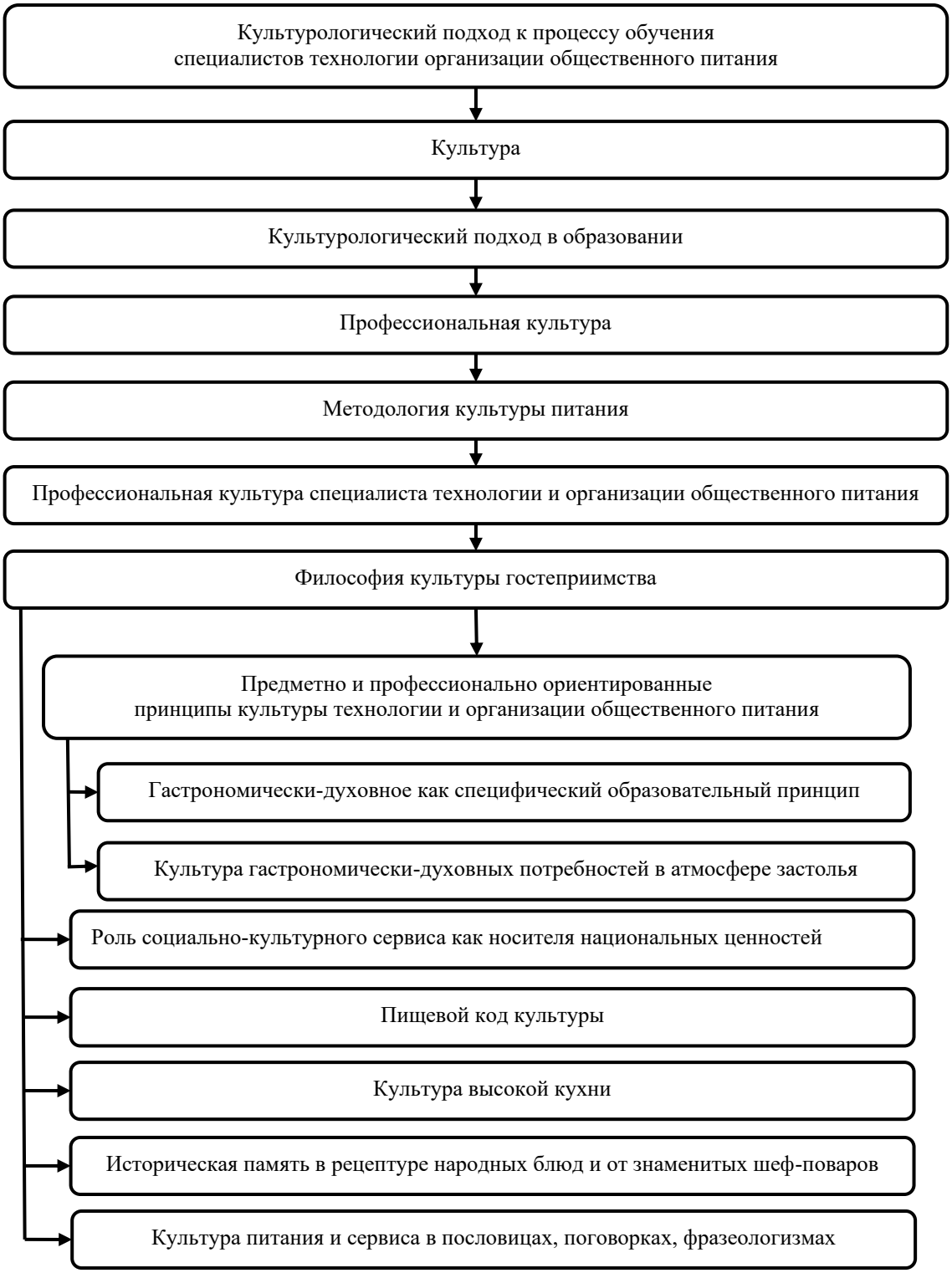

Рисунок 1. *Профессиональная культура специалиста технологии общественного питания в структуре понятия «культура» (разработано автором)*

Методологические основания

Важным методологическим основанием является мысль В.Н. Введенского о культуре как главном средство адаптации человека к условиям существования [1]. В качестве основного полхода используется культурологический подход. Культурологический подход в педагогике

предполагает понимание образования как части экообразовательной культурной среды вуза. Отметим важность понимания того, что обучающиеся являются субъектами образовательной деятельности, культурно развивающиеся и способные на саморазвитие. При опоре на культорологический подход в образовании в значительной мере происходит учет национальных, религиозных, исторических особенностей бытийствующих в мировом культурном пространстве.

Культурологический подход в педагогике предполагает понимание образования как части экообразовательной культурной среды вуза. Отметим важность понимания того, что обучающиеся являются субъектами образовательной деятельности, культурно развивающиеся и способные на саморазвитие. При опоре на культурологический подход в образовании в значительной мере происходит учет национальных, религиозных, исторических особенностей бытийствующих в мировом культурном пространстве [2].

Профессиональная культура

Обратимся к понятию «профессиональная культура» рассмотрим значение и структуру данного понятия. Под профессиональной культурой будем понимать систему ценностей, норм, компетенций или знаний умений и навыков, определяющих профессиональную деятельность личности как трудовую деятельность. Профессиональная культура формируется под воздействием осваиваемой в процессе обучения профессии. В профессиональной культуре в качестве базовых компонентов принято выделять, факторы, формирующиеся непосредственно под влиянием профессии, так и профессиональными корпоративными стандартами. Подчеркнем, что профессиональная культура определяется не только мастерством в профессиональной деятельности, а также и то, что профессиональная культура является духовно-нравственным основанием деятельности. Процесс развития профессиональной культуры требует как личных усилий как будущего специалиста, так и специалиста, и так же так и поддержки со стороны организации. В настоящее время в условиях глобализации и цифровизации, особенно важны гибкость, этика и непрерывное обучение.

К основным компонентам профессиональной культуры относят:

- Объем теоретических профессиональных знаний, практические умения и навыки, документы свидетельствующие о достигнутом уровне квалификации, среди которых дипломы, сертификаты, фактический опыт работы.

- Профессиональная этика, как следование нормам поведения, уважение к коллегам, клиентам и партнерам. Отметим, что специалисты технологии и организации общественного питания не употребляют термин «клиент», вместо него используется термин «гость». Профессиональная культура — это не только мастерство в работе, но и духовно-нравственная основа деятельности. Ее развитие требует как личных усилий специалиста, так и поддержки со стороны организации. В условиях глобализации и цифровизации особенно важны гибкость, этика и непрерывное обучение.

- Творческий подход в профессиональной культуре предполагает владение креативными методами, навыками решения нестандартных задач и навыком принятия самостоятельных решений.

- Коммуникативные навыки, как способность эффективно взаимодействовать в коллективе. Особенность специальности технология и организации общественного питания предполагает взаимодействие с гостями заведения. По сути дела официанты — продают продукцию кухни. И от успешности процесса коммуникации зависит эффективность работы всего предприятия общественного питания.

Выделяют несколько типов профессиональной культуры. Исследователи Р. Куинна и Дж. Рорбо (1983), выделяют четыре типа корпоративной культуры, оказывающие существенное влияние на профессиональную среду. Это такие типы как:

- Иерархический тип — предписывает наличие строгой структуры, четко регламентированные роли. Данный тип структуры корпоративной культуры характерен для крупных компаний.
- Клановый тип — предписывается командная работа, отдается предпочтение горизонтальным связям. Данный тип культуры характерен преимущественно для семейных предприятий.
- Адхократия, как тип культуры — не имеет централизованной власти, вместо этого ей присуща децентрализация — делегирование полномочий от высшего звена управления к низшим звеньям, при этом сотрудники наделяются большей властью, и соответственно большей ответственностью. При данном типе культуры решения принимаются на основе консенсуса и анализа конкретных ситуаций. Временные команды формируются для решения конкретных задач, а затем расформировываются. Основная цель адхократии — ускорять адаптивность, обеспечивать гибкость и творческий подход персонала к делу в ситуациях неопределённости. При данном типе культуры решения принимаются на основе консенсуса и анализа конкретных ситуаций. Временные команды формируются для решения конкретных задач, а затем расформировываются. Основная цель адхократии — ускорять адаптивность, обеспечивать гибкость и творческий подход персонала к делу в ситуациях неопределённости.
- Рыночный тип — предполагает ориентацию на конкуренцию на рынке через ценности конкурентных преимуществ и целеустремленности. Важный основополагающий принцип основан на требовании к персоналу добиться первенства любой ценой, производственные отношения строятся на соперничестве менеджмент требовательный в «жесткой» форме. Основные аксиологические детерминанты доля рынка и рентабельность. Так же внимательное отношение к потребностям клиентов. Важный показатель эффективности менеджмента оценивается как повышение доходности. Предпочтение отдаётся агрессивным стратегиям управления.

Специфика процессуальной культуры в процессе обучения специалистов технологии и организации общественного питания

В русле решения проблемы подготовки специалистов технологии и организации общественного питания обратимся к классификации профилей обучении, разработанной В.Н. Синькевичем [3]. Автор относит общественное питание естественно-технологическому блоку. По каждому из выделенных профилей рассматриваются направления профессионального образования, виды специальных способностей и их компонентов, необходимые для успешной профессиональной деятельности.

Методологические принципы исследования культуры питания анализирует М.В. Гавриленко как динамики преобразований, связанных с изменениями в общественном этнокультурном взаимодействии. Автор подчеркивает, что выработка приемов получения, хранения, приготовления и употребления пищи — процесс, происходящий в сфере материальной культуры, но структура и характер трапезы не могут быть поняты вне мировоззренческого контекста и духовной культуры в целом. Под культурой питания М.В. Гавриленко [2] понимает употребление продуктов питания (добывание, приготовление) в соответствии с предписаниями, запретами и нормами, которые определяются спецификой жизнедеятельности этноса [4; 5]. С.А. Артюнов в работе «Основные пищевые модели и их

локальные варианты у народов России [6] отмечает, что этнические особенности проявляются во всех сферах культуры, включая пищу как элемент материальной культуры, где более чем в других областях сохраняются традиционные черты. М.В. Капкан, Л.С. Лихачева в работе «Гастрономическая культура: понятие, функции, факторы формирования» пишут, о соответствии культурной традиции; как оценочных и сравнительных характеристик; как маркера уровня развития личности и общества; как признака нормативности в области питания, потребления; как знака приобщения к культуре [7; 8]. Определяя гастрономическую культуру, авторы акцентируют внимание на двух факторах: (1) национально-культурной традиции набора блюд, характерного для данного народа; (2) показателям уровня развития личности, общества как оценочной или сравнительной характеристики.

М.А. Беллон в работе «Культура питания как воплощение ценностных смыслов», что продукты питания должны не только удовлетворять физиологические потребности организма в пищевых веществах и энергии, но и выполнять профилактические и лечебные функции и, конечно, быть абсолютно безопасными [9].

Перейдем к вопросу формирование профессиональной культуры специалиста общественного питания на основе профессиональных компетенций (рис. 2). В качестве методологической базы исследования примем поликультурный подход в образовании к процессу обучения специалистов технологии организации общественного питания основывается на признании и уважении культурного разнообразия в обществе.

Поликультурологический подход в образовании в сфере технологии и организации общественного питания как формирование профессиональных компетенций

Поликультурный подход в образовании предполагает реализацию сосуществования этнических, культурных и религиозных групп в одном обществе, при этом каждая культура имеет право на признание и самовыражение. В образовании поликультурный подход направлен на сохранение и развитие всего многообразия культурных ценностей, норм, образцов и форм деятельности, существующих в данном обществе, и на передачу этого наследия в процессе образовательной деятельности, как обучения и воспитания. Поликультурное общество, в настоящее время, особенно остро нуждается в мировоззрении, направленном на интеграцию культур и народов с целью их дальнейшего сближения и духовного обогащения.

Коллектив авторов в составе Е.В. Кавадина, С.Н. Хохлова, А.Н. Фасахутдинова, М.А. Богданова в работе «Особенности формирования профессиональных компетенций при подготовке профиля «технология и организация ресторанного сервиса» [10] рассматриваются особенности технологии и организации ресторанного сервиса, а также формирования профессиональных компетенций при подготовке специалистов данного профиля. При этом обращается особое внимание на культуру ресторанного сервиса, подготовку к обслуживанию посетителей и особенности работы с будущими специалистами, направленной на успешное формирование у них профессиональных компетенций во время образовательного процесса.

Потребности образовательной практики порождают необходимость в поликультурном образовании специалистов. Чтобы эффективно осуществлять профессиональную деятельность в условиях поликультурного общества, будущему менеджеру в сфере сервиса и туризма необходимо наличие поликультурных компетенций, ценностных ориентаций, знаний об истории и культуре, обычаях и традициях разных народов, осознание поликультурности социума. Поликультурное образование в вузе может послужить основой в содержании подготовки личности будущего профессионала.

Рисунок 2. *Формирование профессиональной культуры специалиста общественного питания на основе профессиональных компетенций (разработано автором)*

Вопросы определения сущностных характеристик и факторов формирования повседневной культуры питания, а также и гастрономической культуры рассматриваются Н.А. Коноплевой и М.А. Винокуровой [11]. Авторы пишут, что сегодня культура общественного питания представляет собой вектор анализа пищи, содержащий методы производства пищевых продуктов, основные практики приготовления еды, основные способы обработки продуктов, правила их соединения, что и определяет технологическую сторону приготовления. Данные положения имеют существенное значение для подготовки будущих специалистов технологии и организации общественного питания. М.В. Капкан исследует специфику репрезентации гастрономической культуры в системе общественного питания [12].

Важную мысль высказывает М.В. Добровольская в монографии «Человек и его пища» [13] о технологии и организации общественного питания. Автор подчеркивает, что выработка приемов получения, хранения, приготовления и употребления пищи — процесс, происходящий в сфере материальной культуры, но структура и характер трапезы не могут быть поняты вне мировоззренческого контекста и духовной культуры в целом.

Обсуждая вопросы, связанные с теорией и практикой общественного развития Т.В. Лазутина [14]. Подчеркнем важность учета данной особенности в процессе формирования профессиональных компетенций при подготовке профиля «технология и организация ресторанного сервиса».

Обратимся к специфике ресторанного сервиса как наиболее сложной сфере общественного питания и учета специфики организации общественного питания в этой области. В современном ресторанном бизнесе для формирования «сильной» организационной

культуры оптимально внедрение «кайдзен-подхода», который выступает как система непрерывного совершенствования организационных отношений. Ключ к конкурентоспособности в ресторанном бизнесе — система «кайдзен», которая понимается как «непрерывный процесс совершенствования, в нее вовлечены высшие менеджеры, менеджеры среднего звена и обслуживающий персонал. «Считается, что, если каждый человек ни на шаг не отступает от своих обязанностей и не желает, делать ни чего, что выходит за пределы формальных требований, вряд ли у кайдзен есть большие перспективы» [14, с. 189; 15–18]. При внедрении кайдзен, весьма существенно, чтобы менеджмент должным образом понимал роль сотрудников в деятельности ресторана. Механизм оптимизации отношений реализуется через формирование сознания «мышления в стиле кайдзен» следующим образом: «В процессе работы встречается масса как узкоспециальных, так и межфункциональных проблем. Сначала нужно научить сотрудника выявлять проблемы, а затем овладеть методами их решения. Следующий этап — стандартизация результатов чтобы предотвратить повторение проблем. По мере прохождения этого бесконечного цикла совершенствований люди могут научится «мышлению в стиле кайдзен» и начать ежедневно его практиковать. Менеджеры смен и руководство ресторана в состоянии изменить действующую организационную культуру, меняя качества людей — персонала, но прийти можно к этому только через обучение и с помощью лидерства в организации» [19; 20]. Н.А. Боднева [21] считает, что при внедрении кайдзен весьма существенно, чтобы топ-менеджмент должным образом понимал роль сотрудников в деятельности ресторана и формировал у персонала «мышления в стиле кайдзен».

Технология общественного питания в процессе в процессе обучения как социально культурный сервис

Рассмотрим проблему технологии общественного питания в процессе обучения как социально культурный сервис (рис. 3) через призму культурологического подхода. Начнем с рассмотрения методологических оснований изучения проблемы национальной кухни как феномена гастрономической культуры. В исследовании, проведенном Е.Л. Яковлевой, совершенно справедливо констатируется, что национальная кухня, как элемент традиционной культуры обладает собственным гастрономическим кодом, заключающем в себе информацию о специфике бытия народа, зашифрованную посредством процессов, связанных с пищей и ее приготовлением [22–25]. Требования, предъявляемые к специалистам сферы сервиса, обуславливают контекстные компоненты обучения, основанного на культурологическом подходе, подчеркивает Т.И. Микушина [26].

Важность корпоративной культуры в сфере общественного питания привлекает внимание исследователей и занимает важное место в процессе подготовки будущих специалистов общественного питания. Так, например, Д.Д. Полтавская исследует и обобщает опыт корпоративных предприятий общественного питания на примере Тюменских компаний [27].

Национальная культура отражается в пищевых символах. так как кулинарные традиции и блюда играют важную роль в формировании национального самосознания. Трапеза выступает как социокультурный феномен.

Выделим основания связей национальной культуры и пищевых символов:

- Уникальность ингредиентов и способов приготовления. Обратим внимание, что итальянская кухня славится своей пастой и пиццей, а японская — суши и сашими. Эти блюда стали символами своих стран и неразрывно связаны с их культурой и традициями.

- Символическое значение. Ряд блюд обладает символическим значением для нации. Так, в Китае употребление в пищу утки считается символом богатства и процветания. В Индии корова считается священным животным, и её мясо не употребляется.
- Передача традиций между поколениями. Связь с предками как передача исторической памяти на основе передачи рецептуры традиционных блюд.

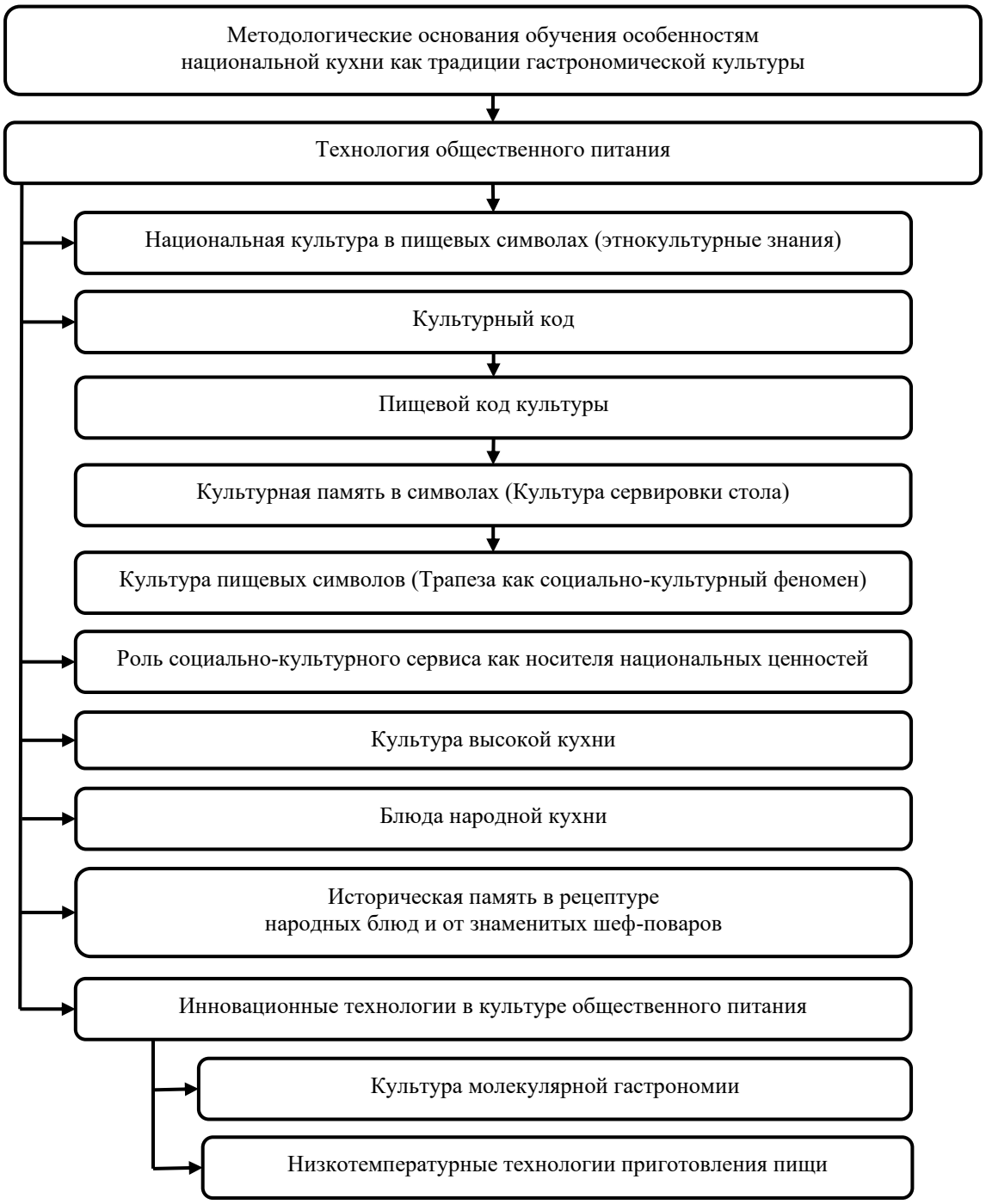

Рисунок 3. *Технология общественного питания в процессе в процессе обучения как социально культурный сервис (разработано автором)*

Социальное объединения. Происходит в процессе приготовления и употребления в пищу национальных блюд в семейном кругу, торжественных обедах, парадных обедах.

Большое значение в подготовке современных специалистов технологии и организации общественного питания занимают вопросы, связанные с инновационными технологиями приготовления пищи. Среди инновационных технологий наибольшее внимание привлекает молекулярная кулинария [28]. Об основных принципах молекулярной кулинарии пишет Д. Хатуэлл.[3] Молекулярную кулинарию как исследование вкуса анализирует М. Моримото[4]. Автор отмечает, что официальное признание молекулярная кухня получила только в начале XXI в., когда был открыт первый специализированный ресторан «The Fat Duck!» в Великобритании. Исследователи Е.А. Бакрова, М.О. Трофимова, А.Е. Иванов, М.В. Белова [29] отмечают, что молекулярной кухни, как отрасли кулинарии, которая с каждым годом становится всё более популярной в мире: история, принципы и способы приготовления, а также влияние на гастрономическую культуру. В молекулярной кухне используются научные подходы для создания уникальных вкусов и текстур. Расширяются границы традиционного приготовления пищи, тем самым привлекая всеобщее внимание потребителей услуг предприятий общественного питания. В статье так же освещены экологические аспекты молекулярной кулинарии, образовательный потенциал и влияние на развитие технологий в сфере питания.

Среди инновационных технологий, применяемых в современном общественном питании, выделим так же низкотемпературную технологию. низкотемпературное приготовление — это способ приготовления, при котором продукты готовятся при низких температурах, что позволяет сохранить все их полезные свойства и придать им нежный вкус.[5]

В учебном процессе, при подготовке специалистов обзественного питания используются технологии барного сервиса при выполнении лабораторных работ для направления подготовки 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания», профиль подготовки «Технология и организация предприятий общественного питания».[6] Например, изучается такая технология сладких блюд как Мороженое с добавлением альгината натрия и сублимированных ягод; Желе из манго с шариками из кокосового крема; Апельсиновый мусс с добавлением аэрированных орехов.

Принципы культуры общественного питания как основа обучения корпоративной культуре общественного питания в организации

Перейдем к рассмотрению вопроса «Методологические принципы культуры общественного питания как основа обучения корпоративной культуре общественного питания в организации» (рис. 4). Организацию обслуживания на предприятиях сферы обслуживания общественного питания через призму культуры рассматривает Е.С. Андриянов [30].

---

[3] Хатуэлл, Д. Основные принципы молекулярной кухни [Электронный ресурс] / Электронная библиотека RoyalLib. Режим доступа: http://royallib.ru/read/hatyell_dorian/snovnie_principi_molekularnoi_kuhni.html#0 (дата обращения: 25.12.2023).

[4] Моримото, М. Молекулярное приготовление: исследование вкуса [Электронный ресурс] / Электронная библиотека RoyalLib. — Режим доступа: http://royallib.ru/read/morimoto_masaahari/molekularnoe_prigotovlenie_issledovanie_vkusa.html#0 (дата обращения: 25.02.2024).

[5] Андрей Колодяжный: Путь шефа // Журнал Ресторановед. URL: https://restoranoved.ru/magazins/nomer-7-9-2022/andrey-kolodyazhnyy-put-shefa/?ysclid=lqp3620zmz366127445 (дата обращения: 15.11.2024).

[6] Технология барного сервиса на предприятии общественного питания: Практикум по выполнению лабораторных работ для направления подготовки 19.03.04 "Технология продукции и организация общественного питания", профиль подготовки "Технология и организация предприятий общественного питания" / Г.Е. Рысмухамбетова, М.В. Белова, К.Е. Белоглазова [и др.]. — Саратов: ИЦ "Наука", 2019. — 111 с. ISBN: 978-5-9999-3124-5 EDN: VUOQTD.

Рисунок 4. *Методологические принципы культуры общественного питания как основа обучения корпоративной культуре общественного питания в организации (разработано автором)*

Автор рассматривает проблему влияния качества сервиса на результаты деятельности предприятий общественного питания и внедрение системы менеджмента развития ресторана как основы управления всей системой работы ресторанного заведения на основе интеграции систем управления качеством сервиса, качеством продукции, качеством работы персонала. Проблему совершенствования культуры сервиса на современных предприятиях общественного питания анализируют З.В. Апевалова и Е.А. Лосева [31].

Вопросы методологии оценки уровня ресторанного сервиса в контексте его качества и культуры рассматривает Д.В. Ралык [32]. Автор отмечает, что Уточнены понятия качества и культуры сервиса применительно к сфере услуг ресторанного бизнеса. Определён перечень критериев оценки ресторанных услуг в разрезе их качества и культуры, заложенный в свою очередь в алгоритм измерения уровня ресторанного сервиса, основанный на анализе объективных и субъективных данных, составляющих информационную основу исследования. В рамках предложенной схемы предусмотрены два наиболее распространённых подхода к оценке уровня сервиса: взвешенная многокритериальная оценка и GAP-модель, адаптированные к сфере общественного питания. Д.В. Ралык обосновывает вывод о синергетическом эффекте комплексного влияния качества и культуры услуг общественного питания на удовлетворённость потребителей, степень психологического и физиологического комфорта взаимодействия с системой ресторанного сервиса. Эти важные методологические положения следует учитывать при разработке учебных программ для подготовки специалистов технологии организации общественного питания.

Культура обслуживания на предприятии общественного питания всегда включает в себя умение работника (продавца, администратора) общаться. Анализируя теоретические аспекты системы общественного питания и необходимость повышения культуры обслуживания в этой сфере К.С. Иванова [33] описывает необходимость повышения культуры обслуживания в этой сфере, предложена классификация различных видов предприятий общественного питания, которая формируется на индивидуальной основе, с учетом персональных запросов клиентов. Роль социально-культурного сервиса как носителя национальных ценностей анализирует Е.С. Ильичова [34]. Автор пишет, что знания и умения специалистов социально-культурного сервиса и туризма, полученные из области психологии, конфликтологии, истории, культурологии, социологии, речевой коммуникации и др. наук, а также личные и профессиональные возможности специалистов призваны во многом оказывать влияние не только на эффективность работы конкретного сервисного или туристского предприятия, но и способствовать развитию национального самосознания людей, патриотизма, повышению их общей культуры, воспитанию толерантности, уважительного отношения к культуре и природе своего народа и народов других стран. Перед сферой сервиса и ее работниками стоит задача не просто предоставлять качественные услуги, но и формировать разумные потребности человека и общества в целом. Так же как есть государственная культурная политика, должна быть государственная сервисная политика. Объективным итогом сервисной коммуникации оказывается культурный результат: совершенствование окружающего человека мира, развитие коммуникативных качеств и кругозора, культурное обогащение потребителя и исполнителя услуги. Культурные аспекты воздействия сервиса — это влияние, которое сервис оказывает на материальную и духовную сферы жизни людей.

Подготовка специалистов общественного питания, отражая реальную практику должна учитывать особенности процесса, связанного с конкурентоспособностью предприятий общественного питания. Так, например, И.Р. Колесов [35], описывая сложность организации ресторанного бизнеса, подтверждает, что баланс производственной и сервисной составляющих позволяет достичь наилучшего результата. Т.В. Мазанкова [36] оценивая услуги торговли и питания подчеркивает высокую роль услуг в обеспечении высокого качества жизни населения, его культурного развития, что в свою очередь определяется качеством и культуры непосредственно систем сервиса компаний различных отраслей и сфер деятельности.

В настоящее время подвергаются анализу технико-технологические проблемы сервиса. Авторы, В.А. Плотников и М.Г. Иваненко [37] анализируют такие понятия как «сервис» и «услуга». Они подчеркивают некорректность отождествления категорий «услуга» и «сервис». Культуру сервиса и качество обслуживания, на примере России, рассматривает Е.А. Тараненко [38]. Автор представляет культуру сервиса как результат качественного обслуживания, соответствие компании современным требованиям, в числе которых соблюдение образцовых трудовых норм и этики поведения, следование системе личных и профессиональных ценностей. На разумное сочетание технического и эмоционального качества услуг предприятий питания как основы их конкурентоспособности указывает И.В. Шепетова.[7] В исследовании N.D. Line, L. Hanks, T. Dogru, L. Lu «Assigning credit and blame: How delivery services affect restaurant» (Распределение заслуг и вины: как службы доставки влияют на ресторан) показано, что положительный опыт почти в равной степени приписывается всем сторонам системы доставки, тогда как негативные впечатления асимметрично фиксируются в прочной связи с рестораном [39–43]. Вопросы качества обслуживания поднимаются в учебном пособии Н.И. Кабушкина «Управление гостиницами и ресторанами».[8] Для процесса подготовки

[7] Щепетова И.В. Развитие методов исследования клиентского опыта в сфере общественного питания: Автореф. дисс. ... канд. экон. наук. М., 2023. 27 с. EDN: DFHEZJ.

[8] Кабушкин Н.И. Управление гостиницами и ресторанами: учеб. пособие. — Минск: БГЭУ, 2017. — 416 с.

специалистов технологии и организации общественного питания, важна такая мысль, отраженная в этом учебном пособии, как то, что от заведения с низкими ценами гости не ждут хорошего обслуживания, наоборот, чтобы гость был доволен и пришел в заведение еще раз, менеджмент должен обеспечить высокий сервис при любых ценах, и тогда заведение окажется в выигрыше.

Детализируя и конкретизируя производственный процесс ресторана с точки зрения качества услуг, И. Лазерсон выделяет наиболее важные элементы, связанные с качеством предлагаемых услуг ресторана [44]. И. Лазерсон выделяет фазы предоставления услуг ресторана:

- предприсутствия гостя;
- присутствия гостя;
- постприсутствия гостя.

В работе Т.В. Антоненко «Доверие: социально-психологический феномен» отмечается, что общение должно отвечать требованиям экологичности, т. е. должно строиться на уважительном отношении как к себе, так и к собеседнику [45]. Доверие важный компонент общения в среде общественно питания, как среди сотрудников, так и между персоналом контактирующем с гостями и самими гостями.

Психологические аспекты культуры общения на предприятиях общественного питания исследуют М.В. Пугацкий, И.В. Савинова [46]. Авторы отмечают, что помимо безопасности и экологичности обслуживания, наличия красивого интерьера и посуды, персонал предприятия общественного питания должен знать психологические особенности личности посетителей, уметь предвидеть и предотвращать различные конфликтные ситуации и исключать любое токсичное, неуважительное, агрессивное поведение в отношении посетителей. Культура обслуживания на предприятиях общественного питания обеспечивается культурой общения с учётом психологических особенностей посетителей и соблюдением правил экологичности общения. При этом необходимо постоянно повышать уровень психологических знаний, умений и навыков работников предприятий общественного питания.

Перейдем к рассмотрению особенностей профессиональной подготовки специалистов технологии и организации общественного питания на основе понятия «культура общения». Предварительное исследование показало, что могут быть выделены два аспекта. Один, из которых представлен собственно процессом общения, как в трудовом коллективе сотрудников общественного питания, так и спецификой общения с гостями администраторов и официантов. Во втором случае выделим проблему культуры обслуживания. Так, А.А. Бодалев [47] обращает внимание, что персоналу предприятий общественного питания не следует выражать какое-либо недовольство, делать замечания гостям и «учить их жизни». И.Н. Горелов в монографии «Невербальные компоненты коммуникации» отмечает, что поворачиваться во время общения к гостю спиной или боком, равнодушно смотреть на него, говорить слишком громко или слишком тихо не рекомендуется [48].

О важности эмоционального сервиса, на примере ресторанного бизнеса, пишет Н.А. Офицерова [49]. Автор подчеркивает, что услуги общественного питания, помимо удовлетворения потребностей в качественном питании, играют культурно-познавательную роль и оказывают положительное эмоциональное воздействие на потребителей.

В процессе общения с гостями, так же могут возникать различного рода ситуации, имеющие эмоциональную окраску. Так, Г.М. Бреслав отмечает, что пока у гостя сохраняется негативный эмоциональный фон, он находится в состоянии стресса, обращаться к его логике бессмысленно, нужно воздействовать на эмоции: успокоить, признать право посетителя на

критику, обещать разобраться в ситуации немедленно или в перспективе.[9] В работе «Психология эмоциональных отношений» Л.Я. Гозман рекомендует исключить такие стили поведения, как конкуренция и соперничество, но применять сотрудничество, компромисс и приспособление [50]. Важную роль доверия в процессе общения выделяет Т.В. Антоненко Общение должно отвечать требованиям экологичности, т. е. должно строиться на уважительном отношении как к себе, так и к собеседнику [45].

Перейдем к рассмотрению вопроса гастрокоммуникаций. Вопросы гастрокоммуникаций в современном обществе как неологизмы русского языка исследует О.А. Дмитриева [51]. Рассуждая о неологизмах в русском языке А.А. Брагина отмечает, «…мир вещей требует обновления слов, и, чтобы постичь причины словарных изменений, приходится как бы выходить за пределы самого языка, входить в историю общества, историю культуры, науки, искусства».[10] Общерусское слово «хлебушек» в жаргонном дискурсе как отражение лингвоментального движения коллективного сознания исследует Т.Н. Бунчук [52]. «Это потому, что ты хлебушек! На интервью сказали, что у тебя айкью как у хлебушка!» [52, с. 181] или Хлебушек умнее тебя. Т.Н. Бунчук пишет о значениях, в которых эксплицируется сема «простой, примитивный», что в свою очередь влечет за собой, по мнению автора, изменение системы ценностей «в лингвоментальном пространстве русской культуры» [52, с. 184].

В современных лингвистических исследованиях закрепились несколько терминов, характеризующих сферу питания: гастрономический/глюттонический дискурс [53], пищевой/ кулинарный код культуры.[11]

Новый тип культуры, нашедшей отражение в процессе продвижения от дефицита питания к диете в повседневной практике питания нашел отражение в советских и постсоветских анекдотах. Особый тип питания Н.Н. Зарубина называет «весорефлексивным» [54]. Репрезентантом такой культуры становится диета как способ борьбы с избыточным весом и как постоянный контроль за калориями, их подсчет. Цикл исследований «Словарные материалы-2015-2020», проведенных Институтом лингвистических исследований РАН, на основе данных представленных на некоторых сайтах.[12]

Наименования новых блюд влекут за собой наименования лиц, умеющих их готовить, — хумусье — мастер хумуса, где хумус — это «пюреобразная закуска из нута», а также любящих его поесть — хумусоед или шаурмье — «тот, кто готовит и продает шаурму». Гастрономические неологизмы целесообразно включать в содержание программ подготовки специалистов технологии и организации общественного питания.

Рассмотрим особенности инновационных практик организации общественного питания в настоящее время. ...Отражение уровня развития технологий проявляется в наименованиях предприятий общественного питания — гаджет-ресторан. Это «ресторан, оснащенный гаджетами, помогающими обслуживать и развлекать клиентов, а также специализирующийся на презентациях различных технологических новинок»[13], ИИ-ресторан, ИИ-кафе и, как следствие, в номинациях работников — ИИ-повар, ИИ-шеф, ИИ-дегустатор.

---

[9] Бреслав, Г.М. Психология эмоций / Г. М. Бреслав. М., 2018. С. 173–185.

[10] Брагина А.А. Неологизмы в русском языке. Пособие для студентов и учителей. М.: Просвещение, 1973. 226 с., с. 3.

[11] Димитриева О.А. Глаголы характеризованных способов действия с семантикой "есть" и "пить" в русской языковой картине мира: автореф. …канд. филол. наук. Казань, 2016. 22 с. EDN: ZQHYYN.

[12] Новое в русской лексике. Словарные материалы-2015 / Сост. Н.А. Козулина [и др.] / Отв. ред. С.Д. Левина. СПб.: Институт лингвистических исследований РАН, 2020. 106 с.

[13] Новое в русской лексике. Словарные материалы-2015 / Сост. Н.А. Козулина [и др.] / Отв. ред. С.Д. Левина. СПб.: Институт лингвистических исследований РАН, 2020. 106 с. С. 33.

ИИ-композиты занимают довольно значительное место в словарных материалах и содержат в качестве пояснения комментарий о значении первой части ИИ-… «созданный или функционирующий с помощью технологии искусственного интеллекта».

Отметим номинации, содержащие в своем составе компонент хюгге- (от дат. hygge; «относящийся к хюгге — ощущению гармонии, эмоционального спокойствия и благополучия от окружающей обстановки»[14]: хюгге-блюдо, хюгге-пряность, хюгге-пекарня, хюгге-кофейня, хюгге-вечер или, например, барбекю-культура, часто называемая американской культурой.

Таким образом, инновационные формы культурной практики и технологии и организации общественного питания интенсивно развиваются в настоящее время и эту тенденцию следует учитывать при разработке содержания учебных программ. Практика, связанная с проблемами современной профессиональной культуры специалистов технологии и организации общественного питания имеет ряд проблем. Это такие проблемы как:

- Недостаток общей культуры — пренебрежение нормами общения и этикой.
- Формализм — упор на дипломы, а не реальные навыки.
- Выгорание — в условиях высокой конкуренции и давления.
- Неосознанный выбор профессии — следствие моды, а не призвания.

Предварительное исследование показало, что в процессе подготовки специалистов технологии и организации общественного питания содержит и такие проблемы (табл. 1). При этом выделим три группы проблем: сложность учебной программы; нехватка практики: быстрое изменение трендов.

Таблица 1

Проблемы, выделенные студентами, при овладении профессией специалистов технологии и организации общественного питания и возможные пути их решения

Проблемы	Пути решения
Сложность учебной программы	
— Большой объем теоретических дисциплин (химия, микробиология, товароведение). — Трудности с расчетами (нормирование, калькуляция, себестоимость). — Необходимость запоминать множество ГОСТов, СанПиНов, технических регламентов.	— Использовать мнемотехники для запоминания нормативов. — Практиковаться в расчетах через специализированные программы (1С:Общепит, Store House). — Разбирать реальные кейсы из отрасли.
Нехватка практики	
— Теория в вузе часто оторвана от реальных процессов на производстве. — Студенты не всегда имеют доступ к современному оборудованию.	— Искать подработку в кафе, столовых, ресторанах (даже на начальных позициях). — Проходить стажировки в крупных сетях (Например, «Вкусно — и точка»). — Участвовать в мастер-классах и конкурсах (WorldSkills, «Профессионалы»).
Быстрое изменение трендов	
— Постоянно появляются новые тренды (веганство, суперфуды, безотходное производство). — Необходимость следить за новыми технологиями (роботы-повара, цифровизация).	— Читать отраслевые СМИ (Restoclub, «Шефмаркет»). — Посещать профессиональные выставки (Продэкспо, Агропродмаш).

Разработано автором

[14] Новое в русской лексике. Словарные материалы-2017 / Сост. А.Ю. Кожевников [и др.] / Отв. ред. А.Ю. Кожевников. СПб.: Институт лингвистических исследований РАН, 2019. 138 с., С. 111.

Профессиональная культура будущих специалистов технологии и организации общественного питания — как определённая степень овладения обучающимся приёмами и способами решения профессиональных задач в профессиональной деятельности. Наряду с этим профессиональная культура как система ценностей, норм и правил, определяющих поведение сотрудников в рамках их будущей профессиональной деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Введенский В.Н. Культура как средство адаптации и защиты человека в условиях необратимой глобализации / В.Н. Введенский // Философия образования. — 2012. — № 6(45). — С. 196–200. — EDN: PHGDDP.
2. Синькевич В.Н. Классификация профилей обучения: предметно- и профессионально-ориентированный принципы / В.Н. Синькевич // Профнавигация молодежи: сб. материалов IV Междунар. науч.-практ. конф., Краснодар, 21 апр. 2021 г. — Краснодар: КубГТУ, 2021. — С. 856–863. — EDN: DNQQEY.
3. Гавриленко М.В. Методологические принципы изучения культуры питания / М.В. Гавриленко // Философия образования. — 2014. — № 2(53). — С. 247–253. — EDN: SMJXCZ.
4. Li T.T. Research on The Design Process of Chinese Kitchen Integrating Food Culture Factors / T.T. Li, K.R. Choi — DOI: 10.17548/ksaf.2023.12.30.369. // The Korean Society of Science & Art. — 2023. — Т. 41, №. 5. — С. 369–381. — EDN: VOXKLG.
5. Qiu Zh. The Fusion and Influence of East Asian and Western Food Culture / Zh. Qiu — DOI: 10.54254/2753-7064/39/20242187. // Communications in Humanities Research. — 2024. — Т. 39, № 1. — С. 78–81. — EDN: MOGINB.
6. Арутюнов С.А. Основные пищевые модели и их локальные варианты у народов России / С.А. Арутюнов // Традиционная пища как выражение этнического самосознания / отв. ред. С.А. Арутюнов, Т.А. Воронина. — М.: Наука, 2001. — С. 10–18. — EDN: VHVQNB.
7. Капкан М.В. Гастрономическая культура: понятие, функции, факторы формирования / М.В. Капкан, Л.С. Лихачева // Известия Уральского государственного университета. — 2008. — Т. 55, № 15. — С. 34–43. — EDN: KHQNET.
8. Kaika N.Ye. Gastronomic culture development in terms of globalization: problems, challenges, solutions / N.Ye. Kaika // Scientific research of the SCO countries: synergy and integration: Proc. of the Intern. Conf., Beijing, 9 авг. 2023 г. — Beijing: Инфинити, 2023. — С. 103–108. — EDN: DJIZED.
9. Беллон М.А. Культура питания как воплощение ценностных смыслов / М.А. Беллон // Вестник СПбГИК. — 2019. — № 1(38). — С. 103–108.
10. Кавадина Е.В. Особенности формирования профессиональных компетенций при подготовке профиля «технология и организация ресторанного сервиса» / Е.В. Кавадина, С.Н. Хохлова, А.Н. Фасахутдинова, М.А. Богданова // Профессиональное обучение: теория и практика: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Ульяновск, 31 мая 2021 г. — Ульяновск: УлГПУ, 2021. — С. 467–476. — EDN: LTZCSM.

11. Коноплева Н.А. К вопросу определения сущностных характеристик и факторов формирования повседневной культуры питания и гастрономической культуры / Н.А. Коноплева, М.А. Винокурова // Гуманитарный вектор. — 2019. — Т. 14, № 4. — С. 143–152. — EDN: DEEONZ.
12. Капкан М.В. Специфика репрезентации гастрономической культуры в системе общественного питания / М.В. Капкан // Актуальные проблемы культурологии / отв. за вып. И.Я. Мурзина, Н.А. Симбирцева. — Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2010. — С. 77–88. — EDN: ZEBYUC.
13. Добровольская М.В. Человек и его пища / М.В. Добровольская. — М.: Научный мир, 2005. — 368 с. — EDN: QPAPXZ.
14. Лазутина Т.В. Символический мир орнаментального искусства / Т.В. Лазутина // Теория и практика общественного развития. — 2015. — № 16. — С. 207–209. — EDN: UIQGQN.
15. Имаи М. Кайдзен: ключ к успеху японских компаний / Масааки Имаи. — М., 2004. — 274 с.
16. Imai M. Kaizen: The Key to Japan's Competitive Success / Masaaki Imai. — New York: McGraw-Hill Education, 1986. — 274 с.
17. Mahon J.P. Kaizen: The Key to Educational Improvement / J.P. Mahon — DOI: 10.1177/019263659107553831. // NASSP Bulletin. — 1991. — Т. 75, № 538. — С. 145–148. — EDN: JLVFLH.
18. Wittenberg G. Kaizen-The many ways of getting better / G. Wittenberg — DOI: 10.1108/EUM0000000004213. // Assembly Automation. — 1994. — Т. 14, № 4. — С. 12–17. — EDN: EAYTVJ.
19. Imai M. Strategic KAIZEN™: Using Flow, Synchronization, and Leveling [FSL™] Assessment to Measure and Strengthen Operational Performance / Masaaki Imai. — New York: McGraw-Hill Education, 2021. — 241 с.
20. Kaizen for Footprint Reduction and Process Flow Improvement at Great Plains Industries // Industrial and Systems Engineering Review. — 2022. — Т. 10, № 10-2. — С. 95–101. — DOI: 10.37266/iser.2022v10i2.pp95-101. — EDN: AYBWWR.
21. Боднева Н.А. Организационная культура как инструмент управления организационным поведением в сфере общественного питания / Н.А. Боднева // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. — 2016. — № 5. — С. 49–56. — EDN: XBJUHJ.
22. Яковлева Е.Л. Методологические основания изучения национальной кухни как феномена гастрономической культуры / Е.Л. Яковлева — DOI: 10.31483/r-75332. // Этническая культура. — 2020. — № 2(3). — С. 92–96.
23. Yegorova Z. Food and Nutrition in Belarus / Z. Yegorova, A. Butko, A. Nikitenko [et al.] — DOI: 10.1016/B978-0-12-811734-7.00009-8. // Nutritional and Health Aspects of Food in Eastern Europe. — 2021. — С. 93–122. — EDN: LTEQPX.
24. Rosenberger N. Patriotic appetites and gnawing hungers: Food and the paradox of nation-building in Uzbekistan / N. Rosenberger — DOI: 10.1080/00141840701576950. // Ethnos. — 2007. — Т. 72, №. 3. — С. 339–360. — EDN: XQCAML.
25. Rojas-Le-fort M. Representations of Ecuadorian cuisine in the coast and the highlands regions through the free listing technique / M. Rojas-Le-fort, I.P. Valdivieso-López, R. Duarte-Casar — DOI: 10.1007/s44187-023-00061-9. // Discover Food. — 2023. — Т. 3, № 1. — С. 20. — EDN: EEWUBN.

26. Микушина Т.И. Формирование профессиональной культуры специалиста в сфере сервиса / Т.И. Микушина // Образование и общество. — 2012. — № 4(75). — С. 26–28. — EDN: PWOMIN.
27. Полтавская Д.Д. Корпоративная культура в системе общественного питания на примере Тюменских компаний / Д.Д. Полтавская, А.А. Габудина // Инновации. Интеллект. Культура: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф., Тобольск, 19 апр. 2024 г. — Тюмень: Тюменский индустриальный ун-т, 2024. — С. 175–178. — EDN: ZVOHRU.
28. Rinawati W. Development of Audio-Visual Learning Media on Molecular Gastronomy Material / W. Rinawati, A. Salsabila — DOI: 10.59188/devotion.v4i11.599. // Devotion: Journal of Community Service. — 2023. — Т. 4, № 11. — С. 2196–2209. — EDN: TAVCJV.
29. Бакрова Е.А. Молекулярная кухня: основные технологии и новые горизонты в кулинарном мире / Е.А. Бакрова, М.О. Трофимова, А.Е. Иванов, М.В. Белова // Технологии и продукты здорового питания: материалы XIII Нац. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Саратов, 21 марта 2024 г. — Саратов: Саратовский ГАУ, 2024. — С. 33–38. — EDN: XQSYHO.
30. Андреянов Е.С. Проблемы культуры обслуживания на предприятиях сферы услуг общественного питания / Е.С. Андреянов, М.Н. Быковская // Современные проблемы экономического развития предприятий, отраслей, комплексов, территорий: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Хабаровск, 30 апр. 2019 г.: в 2 т. Т. 1 / под ред. М.В. Ивашкина, А.В. Колесникова. — Хабаровск: ТОГУ, 2019. — С. 146–149. — EDN: XDSLRN.
31. Апевалова З.В. Совершенствование культуры сервиса на современных предприятиях общественного питания / З.В. Апевалова, Е.А. Лосева // Инновационные проекты в области предпринимательства, менеджмента, экологии и туризма: материалы VI Междунар. конф. молодых ученых, СПб., 29–30 апр. 2010 г. — СПб.: РГПУ имени А.И. Герцена, 2010. — С. 259–261. — EDN: SXCEHP.
32. Ралык Д.В. К вопросу оценки качества и культуры ресторанного сервиса / Д.В. Ралык — DOI: 10.5281/zenodo.12682766. // Сервис в России и за рубежом. — 2024. — Т. 18, № 2(111). — С. 282–293. — EDN: UMSDUN.
33. Иванова К.С. Теоретические аспекты [и др.] / К.С. Иванова // Россия: от стагнации к развитию: сб. материалов XI заоч. Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых, Ставрополь, 21 апр. 2017 г. — Ставрополь: ИДНК, 2017. — С. 41. — EDN: ZNVNTN.
34. Ильичева Е.В. Роль социально-культурного сервиса как носителя национальных ценностей / Е.В. Ильичева // Азимут научных исследований: экономика и управление. — 2015. — № 1(10). — С. 54–56. — EDN: TQIKBP.
35. Колесов И.Р. Особенности конкурентоспособности предприятий общественного питания / И.Р. Колесов — DOI: 10.24412/2411-0450-2023-3-2-50-53. // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2023. — № 3-2(97). — С. 50–53. — EDN: WJEVZY.
36. Мазанкова Т.В. Услуги торговли и питания в методиках оценки качества жизни / Т.В. Мазанкова — DOI: 10.22394/1818-4049-2023-104-3-88-101. // Власть и управление на Востоке России. — 2023. — № 3(104). — С. 88–101. — EDN: KFZPCI.

37. Плотников, В.А. Подходы к анализу понятий "Сервис" и "Услуга" / В.А. Плотников, М.Г. Иваненко // Технико-технологические проблемы сервиса. — 2015. — № 3(33). — С. 69–72. — EDN: UYVLAX.

38. Тараненко, Е.А. Культура сервиса и качество обслуживания в России / Е.А. Тараненко — DOI: 10.24411/2413-693X-2018-10216. // Сервис plus. — 2018. — Т. 12, № 2. — С. 146–152. — EDN: XUZHJB.

39. Line, N.D. Assigning credit and blame: How delivery services affect restaurant EWOM / N.D. Line, L. Hanks, T. Dogru, L. Lu — DOI: 10.1016/j.ijhm.2023.103644. // International Journal of Hospitality Management. — 2024. — Т. 117. — С. 103644. — EDN: QECLBM.

40. Hanks, L. Saving local restaurants: the impact of altruism, self-enhancement, and affiliation on restaurant customers' EWOM Behavior / L. Hanks, N. Line, T. Dogru, L. Lu — DOI: 10.1177/10963480221092704. // Journal of Hospitality & Tourism Research. — 2022. — С. 109634802210927. — EDN: IDDJFJ.

41. Jeong, E. Restaurant experiences triggering positive electronic word-of-mouth (eWOM) motivations / E. Jeong, S. (Shawn) Jang — DOI: 10.1016/j.ijhm.2010.08.005 // International Journal of Hospitality Management. — 2011. — Т. 30, № 2. — С. 356–366.

42. Koufie, M. Millennials motivation for sharing restaurant dining experiences on social media / M. Koufie // African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure. — 2020. — Т. 9, № 1. — С. 1.

43. Line, N.D. A reconsideration of the EWOM construct in restaurant research: what are we really measuring? / N.D. Line, L. Hanks, T. Dogru — DOI: 10.1108/IJCHM-06-2020-0561 // International Journal of Contemporary Hospitality Management. — 2020. — Т. 32, № 11. — С. 3479–3500. — EDN: UASXHZ.

44. Лазерсон, И. Как привлечь гостей в ресторан / И. Лазерсон. — М.: Эксмо, 2016. — 288 с.

45. Антоненко, Т.В. Доверие: социально-психологический феномен / Т.В. Антоненко. — М., 2018. — 126 с.

46. Пугацкий, М.В. Психологические аспекты культуры общения на предприятиях общественного питания / М.В. Пугацкий, И.В. Савинова // Культурный код и креативные индустрии: материалы Международной научно-практической конференции, Омск, 19 мая 2023 года / Омский государственный технический университет. — Омск: ОмГТУ, 2023. — С. 214–218. — EDN: RQTLCO.

47. Бодалев, А.А. О качествах личности, нужных для успешного общения / А.А. Бодалев // Личность и общение. Избр. труды. — М., 2017. — С. 198–201.

48. Горелов, И.Н. Невербальные компоненты коммуникации / И.Н. Горелов. — М., 2017. — 206 с.

49. Офицерова, Н.А. Роль эмоционального сервиса в ресторанном бизнесе / Н.А. Офицерова — DOI: 10.26425/1816-4277-2021-11-164-167. // Вестник университета. — 2021. — № 11. — С. 164–167. — EDN: ZPTWGW.

50. Гозман, Л.Я. Психология эмоциональных отношений / Л.Я. Гозман. — М., 2016. — 225 с.

51. Димитриева, О.А. Гастрокоммуникация в современном обществе: неологизмы русского языка / О.А. Димитриева — DOI: 10.12737/2587-9103-2022-11-1-46-52. // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2022. — Т. 11, № 1. — С. 46–52. — EDN: VWPTNT.

52. Бунчук, Т.Н. Общерусское слово в жаргонном дискурсе как отражение лингвоментального движения коллективного сознания: хлебушек / Т.Н. Бунчук // Русский язык в поликультурном мире: сб. науч. статей V Международного симпозиума: в 2 т. / отв. ред. Е.Я. Титаренко. — Симферополь: Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, 2021. — Т. 2. — С. 180–185. — EDN: CCMMVP.

53. Головницкая, Н.П. Немецкоязычные лингвистические знаки глюттонии / Н.П. Головницкая // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. — 2010. — № 1(11). — С. 102–105. — EDN: MNLDYL.

54. Зарубина, Н.Н. От дефицита к диете: повседневные практики питания в советских и постсоветских анекдотах / Н.Н. Зарубина // Социологическая наука и социальная практика. — 2015. — № 2(10). — С. 130–148. — EDN: TYRXAV.

Musiichuk Sergey Vacilevich
Sochi State University, Anapa, Russia
E-mail: sv-mus@mail.ru
RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=390248
WoS: https://www.webofscience.com/wos/author/rid/AAB-8500-2020

«The soul eats by itself»: the specifics of the concept of «professional culture» in the training of catering technologists

Abstract. The article is devoted to the problem of identifying the specifics of the professional culture of technology and catering specialists and the specifics of the formation of professional competencies in the learning process. The relevance is due to a new stage in improving the culture of service and technology in modern catering enterprises. An important methodological basis for the research is V.N. Vvedensky's idea of culture as the main means of human adaptation to the conditions of existence. The culturological approach is used as the main approach. The cultural approach in pedagogy presupposes the understanding of education as part of the eco-educational cultural environment of the university.

The modern interpretations of the terms «culture, professional culture of technology specialists and catering organizations», etc. are analyzed. Methodological foundations of nutrition culture (M.V. Gavrilenko, 2014).

The theoretical and practical significance of the research lies in the methodological conceptual basis for the development of educational courses in the specialty technology and catering organization.

The novelty of solving the problem lies in the content plan, represented by four structural components:

- Professional culture of a catering technology specialist in the structure of the concept of «culture».
- Formation of a professional culture of a catering specialist based on professional competencies.
- Catering technology in the learning process as a socio-cultural service.
- Methodological principles of catering culture as a basis for teaching corporate catering culture in an organization.

The article substantiates that the process of developing professional culture requires both personal efforts, as a practicing specialist and a specialist, as well as support from the organization. Nowadays, in the context of globalization and digitalization, flexibility, ethics and continuous learning are especially important.

Keywords: culture; professional culture; training of specialists; catering technologists; methodology of food culture; food culture in the formulation of folk dishes; modern trends in food culture; professional competencies