

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

2022, №1, Том 10 / 2022, No 1, Vol 10 <https://mir-nauki.com/issue-1-2022.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/32PDMN122.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Мусийчук, С. В. О методологических основаниях концепта «сервис» в подготовке персонала для сферы общественного питания / С. В. Мусийчук // Мир науки. Педагогика и психология. — 2022. — Т. 10. — № 1. — URL: <https://mir-nauki.com/PDF/32PDMN122.pdf>

For citation:

Musiichuk S.V. On the methodological foundations of the concept of "service" in the training of personnel for the public catering sector. *World of Science. Pedagogy and psychology*, 10(1): 32PDMN122. Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/32PDMN122.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

Мусийчук Сергей Васильевич¹

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»

Филиал в г. Анапа, 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

Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/AAB-8500-2020>

О методологических основаниях концепта «сервис» в подготовке персонала для сферы общественного питания

Аннотация. В статье обоснована актуальность проблемы подготовки специалистов сервиса в общественном питании обусловлена процессами рыночных механизмов регулирования экономики, реформирования отечественной системы образования. В этой связи конкурентоспособность будущего специалиста сферы сервиса приобретает статус одного из важнейших показателей оценки учреждений профессионального образования.

Выполнен обзор современных взглядов исследователей на понятие «сервис». Сервис как понятие глубоко анализировалось В.Г. Веледенским, Л.Н. Коптевым, О.Я. Гойхманом, Е.В. Биндиченко и др. Проанализированы основополагающие нормативные документы в сфере общественного питания, на предмет выявления положений, определяющих понятие «сервис». Для описания предметной области педагогики сферы сервиса нами был осуществлен анализ каталога диссертаций электронной библиотеки диссертаций и авторефератов Российской государственной библиотеки по специальности 13.00.00 — педагогические науки за период 2000–2022 гг.

В статье приводится понимание автором сервисной реальности в общественном питании через ряд таких компонентов как: гастрономическая культура; сервис; фуд-арт; фуд-дизайн. Понятие «сервис» применительно к сфере общественного питания включая и рестораны высокой кухни может быть описано такими компонентами как: философия гостеприимства; гастрономически-духовное; сервировка; атмосфера.

Философию гостеприимства считаем обоснованной в концепции эвдемонизма. В статье обосновано, что рассматривая гастрономически-духовную составляющую сервиса в общественном питании, социально-психологические аспекты сервисной реальности целесообразно осмысливать в двух ипостасях: как-то воздействие на гостя, через максимальное

¹ <http://sv-mus.narod.ru/>

удовлетворение гастрономически-духовных потребностей гостя, так и на социально психологический климат в организации предлагающей услуги в сервисной реальности, и, несомненно, личностные психологические качества персонала.

Так же в статье анализируются важные с точки зрения гастрономически-духовного в сервисной реальности аспекты гастротуризма, отраженные в современных зарубежных исследованиях, важные для осмысления методологических оснований подготовки персонала для сервисной реальности в сфере общественного питания.

Ключевые слова: сервис; общественное питание; подготовка персонала; гастрономия; блюдо как культурный символ; фуд-арт; фуд-дизайн; философия гостеприимства; гастрономически-духовное

Актуальность исследования

Актуальность проблемы подготовки специалистов сервиса в общественном питании обусловлена процессами рыночных механизмов регулирования экономики, реформирования отечественной системы образования. В этой связи конкурентоспособность будущего специалиста сферы сервиса приобретает статус одного из важнейших показателей оценки учреждений профессионального образования.

Методологические основания исследования

Современная оценка стремительно меняющегося мира описывается акронимом VUCA-мир: volatility (англ. нестабильность); uncertainty (англ. неопределенность); uncertainty (англ. сложность); ambiguity (англ. неоднозначность, двусмысленность). Исследуя цифровую трансформацию развивающегося обучения в условиях VUCA-мира, А.Б. Воронцов отмечает: «Цель трансформации — повысить эффективность работы организации: за наименьшее время всех субъектов образовательного процесса достигнуть необходимых (новых) образовательных результатов. Чтобы достичь этого, нужно делать ставку на развитие потенциала сотрудников, подходы к функциональным обязанностям, появление новых направлений в профессии, позиций». В полной мере данное положение может быть экстраполировано на подготовку персонала для сервисной реальности, в сегменте «общественное питание»².

Проведем обзор современных взглядов исследователей на понятие «сервис» (лат. service — служение). Многоаспектность, междисциплинарность понятия «сервис» подчеркивается В.Г. Веледенским. «Однако надо признать, что трактовка базовых понятий «сервис», «услуга» все еще остается вариативной. Это связано с многоаспектностью самого явления и с междисциплинарностью его осмысления. Отметим, кстати, что отсутствие единства в трактовке базовых понятий тоже может рассматриваться как один из критериев научности сервисологического знания» [1, с. 92]. Сервис как понятие глубоко анализировалось В.Г. Веледенским, Л.Н. Коптеевым, О.Я. Гойхманом [2–4].

В коллективной монографии «Сфера социально-культурного сервиса: теоретические аспекты изучения» представлены исследования на материале празднично-обрядовой, музейной, экскурсионной, гостиничной, спортивно-оздоровительной, культурно-досуговой деятельности. Авторы ставят перед собой цель исследования потенциала сервисной деятельности в просветительском аспекте, способствовать формированию «сервисного

² Воронцов А.Б. Цифровая трансформация развивающегося обучения в условиях VUCA-мира [Электронный ресурс]: [Доклад на 24 международной конференции по РО, 18.12.2020]. М., 2020. 34 р. // Развивающее обучение: Образовательный холдинг. URL: http://oiro.org/res_ru/0_hfile_1027_1.pdf (дата обращения: 01.02.2022).

человека», способного не только «удовлетворять», но и возвышать до духовного уровня потребности человека [5].

Институт сервиса, как социальную сущность, особенности, функции исследует Е.В. Биндиченко. Автор отмечает в институциональной характеристике сервиса, то что: сфера сервиса обеспечивает процесс социализации индивидов через удовлетворения социальных потребностей, ценностных представлений и ориентаций. Также отметим, важное в решении поставленной проблемы, выделенное Е.В. Биндиченко «...участники сервисной деятельности становятся создателями своего собственного индивидуального бытия, а не просто получателями или производителями услуг» [6].

Результаты и их обсуждение

Рассмотрим основополагающие нормативные документы в сфере общественного питания, на предмет выявления положений, определяющих понятие «сервис». В «Общероссийском классификаторе услуг населению ОК 002-93 (ОКУН)³ в общей структуре кодового обозначения классификатора услуг населению — услуга под №12 — «услуги торговли и общественного питания, услуги рынков». Документ введен 1 января 1994 г., отметим, что на момент введения документа, понятие «сервис» — не представлено.

Контактной профессией сервисологии, на примере общественного питания является профессия «официант». Рассмотрим данную профессию на предмет наличия понятия «сервис» в Едином Тарифно-квалификационном Справочнике (ЕТКС)⁴. Рассмотрим пример из ЕТКС по «Профессия Официант (3-й разряд)». И, так в § 18. Официант 3-й разряд представлена «Характеристика работ» о сервисе пишется как сервировке столов. «Накрытие и предварительная сервировка столов. Замена скатертей и салфеток по мере их загрязнения. Уборка столов». Так же указано, что должен знать: правила сервировки столов и обслуживания посетителей при реализации по предварительно оплаченным путевкам, чекам, талонам; краткую кулинарную характеристику, очередность и температуру подачи блюд».

Сервисология — активно развивающаяся в настоящее время отрасль научной рефлексии. В.Г. Велиденский проводя анализ достижений сервисологии, как науки отмечает, что некоторые представители научно-экспертного сообщества утверждают, что «сервисология — не существует». Это положение принимается за исходное. Далее автор привлекает критерий К. Поппера [7]. Теория удовлетворяет критерию К. Поппера, если является фальсифицируемой, то есть научная теория способна как ошибаться, так и исправлять свои ошибки. «В настоящий момент можно утверждать, что сервисная реальность существует как форма социальной практики, включенная в цепь необходимых процессов, поддерживающих общую эффективность как экономики, так и социального организма в целом. Сервисология как результат научной рефлексии по этому поводу находится в поиске граничных условий, доказывающих научность гипотезы ее существования. Это одна из перспективных задач сервисологии на путях ее теоретизации» [1, с. 91].

³ Общероссийский классификатор услуг населению ОК 002-93 (ОКУН) (принят и введен постановлением Госстандарта РФ от 28 июня 1993 г. N 163) (Издание с Изменениями N 1, 2, 3, 4, 5, 6 (ИУС 1 — 96, 4 — 96, 6 — 97, 12 — 98, 6 — 99, 5 — 2000) Russian Classification of Services Provided to People (с изм. и доп. N 7/2003, 8/2005, 9/2006, 10/2006, 11/2008, 12/2010, 13/2012, 14/2013) Дата введения 1 января 1994 г. Общероссийский классификатор услуг населению (ОКУН) является составной частью Единой системы классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации (ЕСКК ТЭИ).

⁴ ЕТКС Выпуск утвержден Постановлением Минтруда РФ от 05.03.2004 N 30, Раздел ЕТКС «Торговля и общественное питание».

Более того, размышления о сервисологии привели В.Г. Велединского к мыслям о том, что: «Перспективной целью является включение сервисологии — с согласия научно-экспертного сообщества — в «большую науку», в перечень специальностей ВАК РФ. Такое согласие дало бы несомненный импульс развитию теоретических исследований сферы сервиса, движению от эмпирической и описательной фазы развития сервисологии к обретению научно-дисциплинарного статуса» [1, с. 3].

Для описания предметной области педагогики сферы сервиса нами был осуществлен анализ каталога диссертаций электронной библиотеки диссертаций и авторефератов Российской государственной библиотеки по специальности 13.00.00 — педагогические науки за период 2000–2022 гг.⁵ Предварительный анализ позволяет прийти к заключению, что объектом диссертационных исследований являлись: направление «сервис» (Е.Ю. Саляева⁶), специальность «социально-культурный сервис и туризм» (Н.Ю. Ражина, Н.Я. Лукьянова⁷), сферы гостиничного сервиса (Г.Р. Наумова, Н.В. Корнейченко⁸) и туристического сервиса (Е.Б. Назаренко⁹).

Подготовка специалистов сервиса через процесс профессиональной идентичности анализируется с точки зрения различных подходов. Так, например, Н.И. Королева (2014) в качестве базового подхода выбирает компетентностный [8]. В настоящее время разработан ряд учебников по сервисной деятельности¹⁰.

В наше время, в начале 3-го тысячелетия, основной тенденцией в общественном разделении труда стало обособление и расширение существующих, появление все новых областей человеческой деятельности и соответственно — появление новых профессий. Одной из таких быстрорастущих и даже доминирующих областей жизни общества и стала в современных условиях сфера услуг и сервисной деятельности [9].

Сегодня речь идет о сервисном обществе и даже о сервисной цивилизации — социально-экономическом устройстве общества, в котором доминируют сервисные отношения [10]. Все это обострило общественную потребность в «интегративном знании о целостном феномене сервиса» [11].

⁵ Авторефераты размещены на сайте <http://diss.rsl.ru/>.

⁶ Саляева, Елена Юрьевна Развитие профессионально-коммуникативной компетентности бакалавров по направлению подготовки "Сервис": автореферат дис. ... кандидата педагогических наук: 13.00.08 / Саляева Елена Юрьевна; [Место защиты: Чуваш. гос. пед. ун-т им. И.Я. Яковлева]. 2014.

⁷ Ражина, Наталья Юрьевна Формирование коммуникативной компетентности у студентов, обучающихся по специальности "социально-культурный сервис и туризм", на основе ассертивной модели поведения: диссертация ... кандидата педагогических наук: 13.00.08. 2006. Лукьянова, Наталья Алексеевна Формирование делового этикета у студентов специальности "социально-культурный сервис и туризм": автореферат дис. ... кандидата педагогических наук: 13.00.08 / Лукьянова Наталья Алексеевна; [Место защиты: Сиб. гос. ун-т физ. культуры и спорта]. 2009.

⁸ Наумова, Гульназ Рафитовна Развитие общих компетенций в профессиональной подготовке специалистов гостиничного сервиса: диссертация ... кандидата педагогических наук: 13.00.08 / Наумова Гульназ Рафитовна; [Место защиты: Рос. гос. проф.-пед. ун-т]. 2012.

Корнейченко Н.В. Формирование конкурентоспособности специалиста гостиничного сервиса в процессе обучения в колледже: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Астрахань, 2008.

⁹ Назаренко, Елена Борисовна Компетентностно-дидактическая система обучения профессиональному сервис-общению: краткосрочное обучение, сфера туристского бизнеса: автореферат дис. ... кандидата педагогических наук: 13.00.02 / Назаренко Елена Борисовна; [Место защиты: Рос. ун-т дружбы народов]. 2011.

¹⁰ Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: Учебное пособие. М.: Аспект-Пресс, 2007.

На сайтах вакансий бывают представлены перечни официантов по видам профессиональной деятельности: официант в ресторане премиум класса; ночной официант; официант в ночной клуб; официант в ресторане; официант в ночную смену; официант в клуб; вечерний официант; официант на банкеты; помощник официанта. При этом отметим, что на сайте указаны примерные оклады официантов от максимального в начале списка и минимального в конце этого списка.

Для примера рассмотрим оценку Бюро трудовой статистики на май 2008 года, в США насчитывалось свыше 2,2 миллиона человек, занятых обслуживанием в сфере общественного питания.

Общественное питание относится к сфере сервисной реальности как вид к роду. Исследование сервисной реальности посвящен ряд исследований Г.В. Шелудько (2005, 2006, 2007) [12–14]. Автор определяет сервисную реальность как специфичный вид социальной реальности, отличный от экономики (производственной реальности), политики (властном конфигурировании), праве и морали (форм поддержания общественного порядка). Сервисная реальность определяется Г.В. Шелудько как обслуживание, направленное на поддержание функциональности живых организмов, определяемых как социоматериальные и социодуховные компоненты общественного целого. Автор выявляет природу «праздничности и повседневности в контексте их влияния на изменения в сервисной сфере и в качестве факторов сохранения и приумножения духовности человека» [15]. В русле решения поставленной проблемы особую значимость имеет мысль Г.В. Шелудько о сервисной реальности как факторах сохранения преумножения духовности человека.

Перейдем к рассмотрению сервисной реальности в контексте общественного питания (рис. 1).



Рисунок 1. Сфера сервисной реальности в общественном питании, включая рестораны высокой кухни (составлено автором)

Сервисная реальность в общественном питании может быть представлена рядом таких компонентов как:

- гастрономическая культура;
- сервис;
- фуд-арт;
- фуд-дизайн.

Гастрономическая культура определяется М.В. Капкан и Л.С. Лихачевой как «...система правил, предписаний и образцов, определяющих способ приготовления пищи, набор принятых в данной культуре продуктов и их сочетания, практика потребления пищи, а также рефлексия над выше перечисленными феноменами» [16].

Определяя термин «фуд-арт», обратимся к такому пониманию, наиболее точно передающему содержание термина в русле решения поставленной проблемы, как создание привлекательного продукта питания, включающего такие этапы как творческий замысел, креативная идея подачи.

Значимо мнение Е. Cerea и А. Rurale, выраженное в статье «Система Высокой кухни и ее культурное измерение: когда повара становятся новыми художниками» (*Haute Cuisine System and its Cultural Dimension: When Chefs are the New Artists*) [17]. Авторы статьи, анализируя Высокую кухню Италии, отмечают, что она становится все более и более совершенным и важным инструментом для общения. Так же подчеркивают, что Высокая кухня может легко стать отличным средством передачи культурной ценности нации. Высокая кухня превращает блюдо в культурный символ, укрепляя связь между гастрономией и другими аспектами культуры. Высокая кухня в Италии развивается, пишут Е. Cerea и А. Rurale, благодаря итальянской культуре, становится, все более и более совершенным и важным инструментом для общения.

Полностью согласен с авторами из Италии, что шеф-повара становятся новыми художниками. Шеф-повар должен уметь рисовать, сочинять, воображать и представлять большую последовательность вкусовых ощущений, которые должны вызывать восхищение, сравнимое с ощущениями, которые вы испытываете, читая литературный шедевр Шекспира или любясь картиной Микеланджело. Это мнение отражает креативную составляющую фуд-арта.

Есть и другое понимание термина «фуд-арт». Значительное количество исследований посвящено Food Art. Так, например, В.А. Цыганков, В.А. Большакова обращается к теме истории еды в искусстве и способах её изображения [18].

Перейдем к рассмотрению термина «фуд-дизайн». Ряд исследователей связывает фуд-дизайн с постмодернизмом. В этой связи вспоминается мысль Жана Бодрийера, высказанная по поводу «войны в заливе¹¹» в интервью с Майком Гейномом (1993): «...постмодернизм ... это возможность мыслить все эти формы через своеобразное смешение всего со всем».

Поиск идеальной формы, как дизайн продукта и реакцию потребителей интересовал Блох Питер Х. (1995). Автор анализирует как лучше исследовать вопросы дизайна, автор вводит концептуальную модель и несколько предложений, описывающих, как форма продукта связана с психологическими и поведенческими реакциями потребителей. После представления этой модели автор описывает многочисленные стратегические последствия и направления исследований [19]. Проводятся исследования по фуд-дизайна на предмет изучения прагматических функций и получаемого удовольствия [20].

В мировой практике фуд-дизайна проводятся международные конференции, первая состоялась в Лондоне (2012). Вторая конференция, организованная Школами общественного

¹¹ «Войны в Заливе не было» (фр. *La Guerre du Golfe n'a pas eu lieu*) — собрание из трех коротких эссе Жана Бодрийера, опубликованных во французской газете *Libération* и в британской — *The Guardian* в промежутке между январем и мартом 1991 года.

взаимодействия¹² и Новой школой¹³, создавая еще одну возможность для презентации и обсуждения фундаментальных аспектов дизайна продуктов питания, проходила в Нью-Йорке (2015)¹⁴. Фуд-дизайн рассматривался как процесс, направленный на изменение, улучшение и оптимизацию индивидуальных и общественных отношений с едой и вокруг нее самыми разнообразными способами и случаями (пищевые продукты, материалы, объекты, практики, процессы, события, среда, услуги, системы и т. д.).

В исследованиях А.В. Степанова, Т.М. Степановой (2013, 2017) рассматриваются вопросы, связанные с определением фуд-дизайна как инновационного направления подготовки педагогов профессионального обучения, а также предлагается наряду с научным аспектом разработка конкретной профилизации фуд-дизайн в рамках вуза [21; 22].

Фуд-дизайн как симбиоз эстетических компонентов в гастрономической культуре, рассматривает В.В. Мусийчук, переживает процесс динамического роста и значительных трансформаций. Показано, что основное предназначение фуд-дизайна соответствует гармонизации предметного бытия, как основы духовных потребностей, реализуемых сервисной реальности. Фуд-дизайн по мнению автора представляет собой разработку оригинальных составляющих, как: кухня, зал, меню, кейтеринг и софт-дизайн [23].

Рассмотрим репрезентацию понятия «сервис» применительно к сфере общественного питания включая и рестораны высокой кухни (рис. 2).

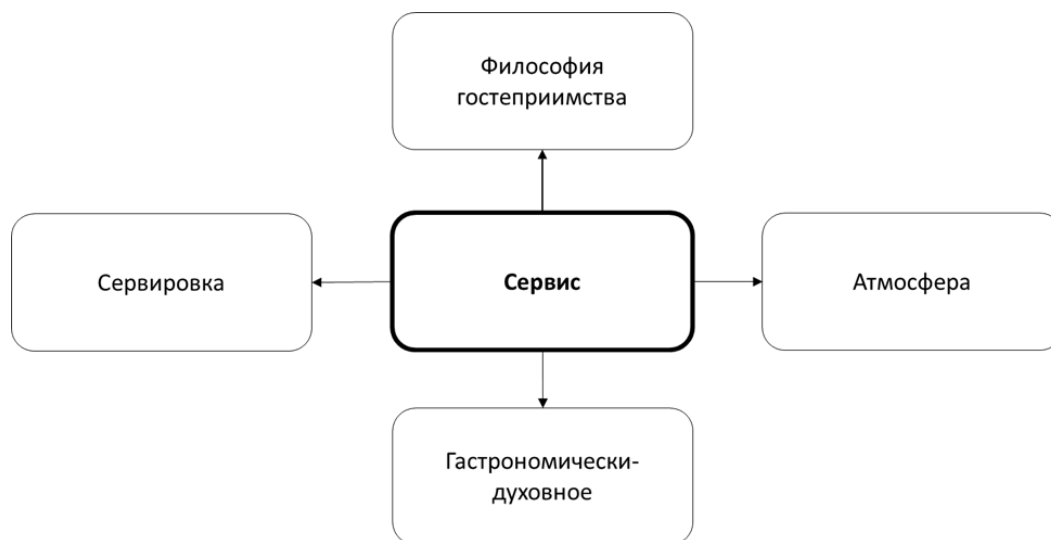


Рисунок 2. Понятия «сервис» применительно к сфере общественного питания, включая и рестораны высокой кухни (составлено автором)

Понятие «сервис» применительно к сфере общественного питания, включая и рестораны высокой кухни, может быть описано такими компонентами как:

- философия гостеприимства;
- гастрономически-духовное;

¹² The New School for Social Research (NSSR) <https://www.newschool.edu/nssr/> (Дата обращения 13.02.22).

¹³ The New School 66 West 12th Street New York, NY 10011 www.newschool.edu/public-engagement/ (Дата обращения 13.02.22).

¹⁴ 2nd International Conference on Food Design — Keynote I The New School School 12 ноября 2015. Нью-Йорк <https://events.newschool.edu/event/second-international-conference-on-food-and-design-day-1> (Дата обращения 13.02.22).

- сервировка;
- атмосфера.

Убедительные рассуждения по проблеме философии гостеприимства представлены И.С. Ивановой в статье «Эвдемонизм как одна из составляющих философской основы сервисологии» [24]. Основной идеей статьи является идея о том, что цель серватора — приносить людям счастье. Автором рассмотрены различные понятия счастья в философии и пути его достижения. И.С. Иванова иллюстрирует идеи философов примерами из этики бизнеса, профессиональной этики. В статье убедительно обосновано что, идеи гедонизма целесообразно использовать при мотивации труда, а идеи эпикурейцев — при реабилитации серваторов, проигравших в конкурентной борьбе.

И важный вывод о том, что воспитание серваторов в традициях эвдемонизма улучшает качество сервиса, что важно учитывать в процессе подготовки персонала. «Сервисология должна готовить не узкого специалиста, прагматично смотрящего на мир и видящего счастье в выгодной цене, но человека, способного дарить другим радость и роскошь человеческого общения, радующегося самому процессу дарения, понимающего, что все корифеи традиции эвдемонизма связывали счастье с высшей истиной, а не обывательской добродетелью, умеющей не только использовать потребность делового партнера быть счастливым, но и дружить, воспитывать, формировать у клиента потребность не примитивного удовольствия, а счастья высшего порядка, наслаждения красотой искусства, науки, пира на вершине духа, ощущения себя человеком, стоящим над законом необходимости, способным не самодурно, а разумно, как советовал И. Кант, начинать новый причинно-следственный ряд [24].

Рассматривая гастрономически-духовную составляющую сервиса в общественном питании, отметим, что социально-психологические аспекты сервисной реальности целесообразно осмысливать в двух ипостасях: как-то воздействие на гостя, через максимальное удовлетворение гастрономически-духовных потребностей гостя, так и на социально психологический климат в организации предлагающей услуги в сервисной реальности, и, несомненно, личностные психологические качества персонала [25].

Духовное понимание и опыт в творчестве как гастрономический туризм исследуют авторы из Ирана Мернуш Бастенегар, доцент Института развития технологий, и Али Хассани, доцент Университета науки и культуры [26]. Основная цель этого исследования состоит в том, чтобы показать, что, вопреки тому, что кажется на первый взгляд, творческая область гастрономии является духовной и процветающие местные сообщества и творческий туризм, основанные на этой парадигме, могут улучшить благосостояние и материальную жизнь жителей и туристов. Кроме того, это включает в себя значительные духовные дары как для гостей, так и для хозяев в творческих гастрономических направлениях. Креативный туризм, основанный на гастрономии, рассматривает новые взгляды на местные сообщества как первый шаг в создании уникального и полезного опыта, включая экономические, человеческие и социальные ценности.

В данном исследовании с использованием тематического анализа и метода Дельфи¹⁵ показано, что компоненты духовного восприятия имеют значительные совпадения с компонентами гастрономического творческого туризма. Такие факторы, как «комфорт и удовлетворение», «придание смысла жизни», «взаимодействие с другими», «дружба с природой и окружающей средой» и «благодарность», как компоненты духовного понимания,

¹⁵ Метод Дельфи — это метод быстрого поиска решений, основанный на их генерации в процессе «мозговой атаки», проводимой группой специалистов, и отбора лучшего решения, исходя из экспертных оценок. <https://infonotes.ru/metod-delfi/> (Дата обращения 13.02.22).

показали общие и неоспоримые пространства с компонентами творческого туризма. Эти компоненты включают «аутентичный опыт», «активное участие», «обучение», «самоуважение и самосознание», «новые продукты и процессы» и «новые пространства».

Роль высококачественного ресторана в стимулировании создания и развития гастрономического туризма так же является интересом исследователей. Так, например, изучалась роль ресторана, отмеченного звездой Мишлен, такого как El Celler de Can Roca, в стимулировании создания и развития гастрономических туристических продуктов на основе атмосферы [27].

Изучая атмосферу заведений общественного питания, в частности, влияние освещения на выбор продуктов питания Д. Бисвас, К. Соц, Р. Чакко пишут, что атмосфера в значительной степени влияет на опыт потребителей. И это особенно заметно в ресторанной индустрии, где освещение используется для создания общей атмосферы и влияния на потребительский опыт. В дополнение к влиянию на общее впечатление, яркость окружающего освещения может иметь непреднамеренные последствия с точки зрения влияния на то, что посетители заказывают? Результаты полевого исследования в нескольких местах крупной сети ресторанов и серии лабораторных исследований убедительно показывают, что потребители склонны выбирать менее здоровую пищу при тусклом (а не ярком) окружающем освещении. Данные процесса свидетельствуют о том, что это явление возникает из-за того, что яркость окружающего света влияет на умственную активность, которая, в свою очередь, влияет на выбор продуктов питания [28].

Исследования, проведенные в ресторанах класса «люкс» (французских роскошных ресторанов), выявляющие такой компонент атмосферы ресторана как пищевая этика. Изучались социокультурные аспекты потребления продуктов питания класса люкс в качестве новой теоретической основы для изучения представлений потребителей об этических методах производства и потребления продуктов питания в роскошных гастрономических ресторанах. Результаты иллюстрируют, как потребители с различными профилями воспринимают этические методы питания в роскошных ресторанах. Авторы выделили три сегмента: начинающий, продвинутый и подтвержденный в соответствии со знакомством участников с кодами и ценностями гастрономии класса люкс. Эти три профиля послужили основой для изучения представлений потребителей об этических формах питания — экологической устойчивости, продовольственном благополучии и культурном наследии — в обстановке роскошной столовой [29].

Таким образом, актуальность проблемы разработки методологических оснований подготовки специалиста сферы сервиса приобретает статус одного из важнейших показателей оценки учреждений профессионального образования. Обосновано, что рассматривая гастрономически-духовную составляющую сервиса в общественном питании, социально-психологические аспекты сервисной реальности целесообразно осмысливать в двух ипостасях: как-то воздействие на гостя, через максимальное удовлетворение гастрономически-духовных потребностей гостя, так и на социально психологический климат в организации предлагающей услуги в сервисной реальности, и, несомненно, личностные психологические качества персонала. Проведенный анализ отечественных и зарубежных исследований позволяет обосновать важность сервиса, как ключевого концепта, в профессиональной подготовке персонала общественного питания. Дальнейшую разработку методологического аппарата профессиональной подготовки специалистов общественного питания целесообразно провести по таким концептам как «вкус» и «атмосфера».

ЛИТЕРАТУРА

1. Велединский В.Г. Сервисология: обзор достижений, проблемы становления как науки // Теория и практика обслуживания: экономика, социальная сфера, технологии Теория и практика: экономика, социальная сфера, технологии. 2010. Выпуск 2(4).
2. Велединский В.Г., Коптев Л.Н. Социально-культурный сервис: образование нового типа в университете сервиса и экономики // История Петербурга. 2007. № 1. С. 4–8.
3. Велединский В.Г. Социально-культурный сервис: эволюция понятия в контексте сервисологии // Мир человека. 2008. Т. 8, № 4. С. 89–103.
4. Гойхман О.Я. К вопросу формирования терминологии сферы сервиса // Теоретические и прикладные проблемы сервиса. 2007. № 1(22).
5. Сфера социально-культурного сервиса: теоретические аспекты изучения: монография / Коллектив авторов. — СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2012. — 282 с.
6. Биндиченко Е.В. Институт сервиса: социальная сущность, особенности, функции // Вестник ВЭГУ. 2009. № 4(42). С. 14–19, с. 15–16.
7. Popper K.R. Conjectures and Refutations. The Growth of Scientific Knowledge. London and Henley. Routledge and Kegan Paul, 1972. Перевод с сокращениями 1, 3 и 10-й главы А.Л. Никифорова (см.: www.philosophy/popper/popper_refut.html).
8. Королева Н.И. Формирование профессиональной идентичности студентов сервисных специальностей в контексте компетентностного подхода // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. Научно-практический журнал. 2014. № 1(19).
9. Хорева Л.В. Современный этап постиндустриального общества // Общество, экономика, туризм: Сб. научных трудов. СПб: Изд-во СПб ГУЭФ, 2001.
10. Сервис и туризм: словарь-справочник / Под ред. Ю.П. Свириденко, О.Я. Гойхмана. М.: Альфа-М, 2008. С. 272–273.
11. Концептуальные и методологические аспекты формирования сервисологии — науки синергического типа / Т.Н. Ананьева, В.Э. Багдасарян, М.Н. Буткевич и др.; рук. авт. кол. В.Э. Багдасарян. М.: Собрание, 2008.
12. Шелудько Г.В. Деятельностный характер сервисной реальности. М.: Изд-во МЕЛАП, 2005. 83 с.
13. Шелудько Г.В. Специфика сервисной реальности. М.: Изд-во МЕЛАП, 2006. 63 с.
14. Шелудько Г.В. Сервис в структуре реальностей. Монография. М.: Изд-во Компания Спутник+, 2007. 155 с.
15. Шелудько Г.В. Онтология сервисной реальности. Автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра филос. наук. М., 2008. С. 10.
16. Капкан М.В., Лихачёва Л.С. Гастрономическая культура: понятие, функции, факторы формирования // Известия Уральского государственного университета. Сер. 2, Гуманитарные науки: журнал. — 2008. — № 55, вып. 15. — С. 34–43. С. 36.

17. Cerea, Elena and Rurale, Andrea, Haute Cousine System and its Cultural Dimension: When Chefs are the New Artists (October 14, 2010). ESA Research Network Sociology of Culture Midterm Conference: Culture and the Making of Worlds, October 2010, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1692084/>.
18. Цыганков В.А., Большакова В.А. Food Art. Искусство есть // Бизнес и дизайн ревю. 2018. № 4(12). С. 13.
19. Bloch Peter H. Seeking the Ideal Form: Product Design and Consumer Response // Journal of Marketing. 1995. 59(3). pp. 16–29. DOI: 10.2307/1252116/.
20. Stummerer S., Hablesreiter M. Food Design: Von der Funktion zum Genuss. Wien: Springer. 2005. 131 S.
21. Степанов А.В., Степанова Т.М. Фуд-дизайн как инновационное направление подготовки педагогов профессионального обучения // Инновационные процессы в образовании: стратегия, теория и практика развития: Материалы VI Всероссийской научно-практ. конф. Екатеринбург: Рос. гос. проф. пед. ун-т, 2013. Т. 1. С. 227–229.
22. Степанов А.В. Фуд-дизайн: социальные, эстетические и образовательные перспективы / А.В. Степанов, А.С. Чувашов // Наука и современность, 2017. № 2(12). С. 55–63.
23. Мусийчук В.В. Фуд-дизайн как симбиоз эстетических компонентов в гастрономической культуре // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2020 № 2. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/08KLSK220.pdf>.
24. Иванова И.С. Эвдемонизм как одна из составляющих философской основы сервисологии // Сервис plus. 2009. 4, т. 3, 2009. Вып. 4. Т. 3. С. 7–13.
25. Мусийчук С.В., Мусийчук В.В. Социально-психологические аспекты гастрономически-духовного в сервисной реальности в прошлом и настоящем // Интернет-журнал «Мир науки». 2015. № 3. <http://mir-nauki.com/PDF/56PSMN315.pdf>.
26. Mehrnoosh Bastenegar, Ali Hassani Spiritual understanding and experience in the creative tourism of gastronomy // International Journal of Tourism and Spirituality, 3(2), Winter 2019, pp. 43–67.
27. de Albuquerque Meneguel C. R., Mundet L., Aulet S. The role of a high-quality restaurant in stimulating the creation and development of gastronomy tourism // International Journal of Hospitality Management. — 2019. — Т. 83. — С. 220–228.
28. Biswas D. et al. Shining light on atmospherics: how ambient light influences food choices // Journal of Marketing Research. — 2017. — Т. 54. — № 1. — С. 111–123.
29. Batat, W. "Consumers' perceptions of food ethics in luxury dining", Journal of Services Marketing, 2021, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JSM-01-2021-0010>.

Musiichuk Sergey Vacilevich

Sochi State University
Anapa branch, Anapa, Russia
E-mail: sv-mus@mail.ru

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=390248

Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/AAB-8500-2020>

On the methodological foundations of the concept of "service" in the training of personnel for the public catering sector

Abstract. The article substantiates the relevance of the problem of training service specialists in public catering due to the processes of market mechanisms for regulating the economy, reforming the domestic education system. In this regard, the competitiveness of a future specialist in the service sector acquires the status of one of the most important indicators for assessing vocational education institutions.

A review of the modern views of researchers on the concept of "service" is made. Service as a concept was deeply analyzed by V.G. Veledensky, L.N. Kopteev, O.Ya. Goykhman, E.V. Bindichenko and others. The fundamental regulatory documents in the field of public catering are analyzed in order to identify the provisions that define the concept of "service". To describe the subject area of pedagogy in the service sector, we analyzed the catalog of dissertations of the electronic library of dissertations and abstracts of the Russian State Library in the specialty 13.00.00 — Pedagogical Sciences for the period 2000–2022.

The article provides the author's understanding of the service reality in public catering through a number of such components as: gastronomic culture; service; food art; food design. The concept of "service" in relation to the field of public catering, including gourmet restaurants, can be described by such components as: the philosophy of hospitality; gastronomic and spiritual; serving; atmosphere.

We consider the philosophy of hospitality justified in the concept of eudemonism. The article substantiates that considering the gastronomic and spiritual component of the service in public catering, it is advisable to comprehend the socio-psychological aspects of the service reality in two aspects: somehow the impact on the guest, through the maximum satisfaction of the gastronomic and spiritual needs of the guest, and on the socio-psychological climate in organizations offering services in the service reality, and, of course, the personal psychological qualities of the staff.

The article also analyzes aspects of gastro-tourism that are important from the point of view of gastronomic and spiritual in service reality, reflected in modern foreign studies, important for understanding the methodological foundations of training personnel for service reality in the field of public catering.

Keywords: service; public catering; staff training; gastronomy; dish as a cultural symbol; food art; food design; philosophy of hospitality; gastronomic-spiritual