

УДК 330.101.22

JEL classification: A10; C01; Z21

**РАЗВИТИЕ РЕСТОРАННОЙ СЕРВИСОЛОГИИ
НА ОСНОВЕ МЕТОДОЛОГИИ ОБЩЕЙ ТЕОРИИ СЕРВИСА**

**DEVELOPMENT OF RESTAURANT SERVICEOLOGY BASED
ON THE METHODOLOGY OF GENERAL THEORY OF SERVICE**

©Глущенко В. В.,

д-р техн. наук,

Российский университет транспорта (МИИТ),

г. Москва, Россия, glu-valery@yandex.ru

©Glushchenko V.,

Dr. habil., Russian University of Transport (MIIT),

Moscow, Russia, glu-valery@yandex.ru

©Глущенко И. И.,

д-р экон. наук,

Российский государственный социальный университет,

г. Москва, Россия, prepodavatel-gii@mail.ru

©Glushchenko I.,

Dr. habil., Russian State Social University,

Moscow, Russia, prepodavatel-gii@mail.ru

©Кац С. К.,

Российский университет транспорта (МИИТ),

г. Москва, Россия, sonya_kats@mail.ru

©Katz S.,

Russian University of Transport (MIIT),

Moscow, Russia, sonya_kats@mail.ru

©Ольшевская К. А.,

Российский университет транспорта (МИИТ),

г. Москва, Россия, karina.olshievskai@mail.ru

©Olshevskaya K.,

Russian University of Transport (MIIT),

Moscow, Russia, karina.olshievskai@mail.ru

©Пряжникова А. А.,

Российский университет транспорта (МИИТ),

г. Москва, Россия

©Pryazhnikova A.,

Russian University of Transport (MIIT),

Moscow, Russia

©Сташкова Е. В.,

Российский университет транспорта (МИИТ),

г. Москва, Россия, kitty97.03@mail.ru

©Stashkova E.,

Russian University of Transport (MIIT),

Moscow, Russia, kitty97.03@mail.ru

Аннотация. Формируются положения ресторанной сервисологии (сервисологии в ресторанном деле — ресторанологии) как научной основы проектирования бизнеса и оценки

качества услуг в ресторанном деле, развития сферы сервиса в ресторанном деле, исследуются и формируются теоретические основы развития экономики и управления в сфере ресторанного дела в условиях глобализации рынка такого рода услуг, развитием сервисных и информационных технологий и коммуникаций, исследуется функционально–декомпозиционное представление ресторанов (комплексов ресторанных услуг).

Предложена четырехуровневая модель ресторанной услуги, которая может быть использована для позиционирования и анализа конкурентоспособности этого вида услуг.

Abstract. The positions of restaurant service (service in restaurant business — restaurantology) are formed as a scientific basis for designing a business and assessing the quality of services in restaurant business, developing the service sector in restaurant business, exploring and forming theoretical bases for the development of economy and management in the restaurant business in the globalization of the market for such a kind of services, development of service and information technologies and communications, the functional–decompositional representation of restaurants (complexes of restaurants governmental services).

A four-level restaurant service model is proposed, which can be used to position and analyze the competitiveness of this type of service.

Ключевые слова: сервис, услуга, ресторан, экономика, управление, потребитель, безопасность, эффективность, сервисология, модель, свойства.

Keywords: service, service, restaurant, economics, management, consumer, security, efficiency, serviceology model properties.

Актуальность статьи определяется тем, что в настоящее время в условиях постиндустриального развития интенсивно развивается сфера ресторанных услуг, появились новые услуги и технологии в ресторанном сервисе, а глобализация сферы ресторанных услуг остро ставит вопрос о конкурентоспособности российской сферы ресторанного сервиса. Как отрасль экономики российский ресторанный сервис должен все больше ориентироваться на нужды и интересы зарубежных туристов и отечественных потребителей, отечественной экономики и общества.

Гипотезой настоящей статьи является то, что для гармоничного и устойчивого развития сферы ресторанного сервиса, как части постиндустриальной сферы сервиса и национальной экономики важное значение имеет формирование методологических основ общей научной теории сферы ресторанного сервиса (ресторанной сервисологии — ресторанологии).

Целью настоящей статьи является развитие ресторанной сервисологии (ресторанологии) как научной, методологической основы развития и повышения качества услуг в ресторанном деле, являющемся частью современной экономики России.

Для достижения поставленной цели решаются задачи:

-исследуется содержание и специфика сферы ресторанных услуг и влияния на нее научно-технического и социально-экономического прогресса;

-исследуется понятийный аппарат и развитие научного и методического обеспечения сферы ресторанного сервиса;

-формируются методические положения ресторанной сервисологии (ресторанологии) — науки о сфере ресторанного сервиса и ее развитии;

-формируется четырехуровневая модель ресторанной услуги;

-исследованы возможные подходы к повышению качества услуг и эффективности управления сферой ресторанных услуг в условиях научно-технического прогресса и интенсивного развития информационных технологий.

Объект статьи — сфера ресторанного сервиса как часть структуры глобальной и национальной экономики в 21 веке.

Предмет статьи — теоретические основы ресторанной сервисологии как отраслевой части сервисологии — науки о развитии экономики и управления в сфере ресторанного сервиса.

Структура современной постиндустриальной экономики включает три части: производство; сфера сервиса; сельское хозяйство. В условиях постиндустриальной глобализации в развитых странах наиболее значимым из этих трех элементов является постиндустриальная сфера услуг.

Сфера услуг предстает как деятельность по предоставлению различных видов сервиса. Сфера услуг может быть структурирована на: услуги технического сервиса; строительные услуги; социальные услуги. Вся сфера услуг может изучаться как деятельность по поддержанию работоспособности, адаптации и развития техносферы, экономики и социальной сферы. При этом, как известно, техносферой называют часть, регион биосферы в прошлом, преобразованный людьми в технические и техногенные объекты, составляющих среду населенных мест.

Сферой социальных услуг условимся называть деятельность по оказанию услуг, направленных на поддержание и продление жизни, создание более комфортных и безопасных условий жизни населения, удовлетворение культурных, социальных и бытовых потребностей населения.

Услугой будем называть любое мероприятие, деятельность или выгоду, которые одна из сторон, может предложить другой стороне и, которые в основном неосвязаемы и не ведут к овладению чем-либо [1, с. 23].

Сфера социальных услуг и социальная услуга как достаточно сложное общественное и экономическое явление выступают объектом изучения разнообразных наук: экономики, маркетинга, менеджмента, социологии, права, информатики, психологии и других наук. Однако, в целом теория сферы сервиса пока не разработана [2].

Исходя из этого требуется развитие понятийного аппарата и науки об этом сегменте социального сервиса. Будем учитывать, что термин сервисология представляет собой объединение слов «сервис» и «логос (наука)», а определение «ресторанный» акцентирует отраслевую принадлежность и специфику разрабатываемой в данной статье научной дисциплины. Кроме того, обратим внимание на то, что понятие ресторанонология получен посредством слов «ресторан» и «логос (наука)» и тоже указывает на научный характер, отраслевую направленность и социальную ориентацию формируемой в этой статье научной дисциплины. Таким образом, на понятийном уровне подчеркивается, что ресторанное дело одновременно выступает как часть сервисологии и наука о ресторанах, их функционировании и социально-экономическом значении.

При этом есть необходимость развития теоретических аспектов сферы ресторанных услуг, начиная с ее научных основ в виде определения сущности и специфики этого вида услуг.

Сфера сервиса представляет собой часть экономики, которая включает в себя синтез и оказание всех видов коммерческих и некоммерческих услуг. В современной экономике и

обществе сфера сервиса становятся все более значимым элементом как экономики, так и социальной жизни. Эта сфера ускоряет темпы своего роста и становится ключевым сектором развития экономики и некоммерческого сектора. Поэтому именно сфера услуг составляет, в экономически развитых странах, основную часть (60–80%) экономики.

Ресторанные услуги выступают как часть системы общественного питания, которая имеет важное экономическое и социальное значение.

При различных подходах сфера ресторанных услуг может быть определена как часть экономики, которая включает в себя все виды коммерческих и некоммерческих услуг по обеспечению временного проживания людей в различных жизненных и трудовых процессах и как сводная обобщающая категория, включающая воспроизводство разнообразных видов гостиничных услуг.

В 21 веке сферу общественного питания и, в частности, ресторанных услуг можно отнести к постиндустриальному экономическому укладу из-за ее активного участия в развитии современной инфраструктуры жизнедеятельности современного человека. При этом именно сфера услуг составляет, в экономически развитых странах, основную часть экономики по числу занятых (больше 60%) и особенно интенсивно развивается.

Ресторанная услуга может рассматриваться как структурная часть общего понятия услуги. Услуга может быть определена и как потребительная стоимость труда не как продукта — результата предыдущей деятельности, а как самой деятельности; неосязаемое действие, не приводящее к владению чем-либо. Предоставление ресторанных услуг связано с материальным продуктом (печи, холодильники и др.) и/или технологиями обслуживания потребителей. Ресторанную услугу как способ и инструмент удовлетворения экономических, социальных или технических потребностей экономики, общества и людей можно описать, характеризовать ее особенностями, достоинствами и недостатками.

Одной из отличительных характеристик и черт ресторанной услуги является ее нематериальность (неосязаемость). Неразрывность производства и потребления ресторанной услуги определяется тем, что значительная часть услуг такова, что в них соединяется во времени и в пространстве процесс производства, распределения и потребления услуги. При этом по мере индустриализации и развития высоких технологий в сфере ресторанных услуг происходит активное отделение производственной стадии от стадии распределения (доставки на дом) и потребления (в транспорте, на дому).

Кроме того, в условиях новых коммуникационных технологий многие виды ресторанных услуг или принимают форму товара и/или исключают непосредственный контакт между производителем услуги и ее потребителем.

Непостоянство качества ресторанной услуги связано с тем, что значительная доля услуг предоставляется потребителю непосредственно работником организации или учреждения сферы ресторанных услуг. При этом качество предоставляемых услуг в решающей степени зависит не только от стабильных факторов, но и от многих изменяющихся, в том числе случайных факторов (качества сырья, настроения работников и др.). Кроме того, на качество ресторанной услуги оказывает свое влияние и масса сопутствующих обстоятельств (скорость оказания услуги, комплексный характер услуги и ее дополняемость другими видами услуг и т. п.). Данные особенности и обстоятельства производства и потребления ресторанных услуг затрудняют оценку качества и определение стандартов качества ресторанной услуги. Однако, именно в этом направлении предпринимаются основные усилия по достижению постоянства качества услуг. Непостоянство качества ресторанной услуги связано и с индивидуальным характером отдельных элементов ресторанных услуг (включая приготовление пищи,

обслуживание официантом, оформление ресторана и др.), зависимостью необходимого качества гостиничной услуги от индивидуальных запросов конкретного клиента и его настроения.

Несохраняемость ресторанной услуги, как ее фундаментальное свойство и характеристика, в известной мере обусловлена неразрывностью ее производства, распределения и потребления во времени. На несохраняемость ресторанной услуги может влиять и необходимость периодического питания для поддержания жизни клиентов посредством личного контакта между производителем услуг и клиентом. Несохраняемость ресторанной услуги существенным образом влияет на процесс ее распределения и качество ресторанных услуг. Несохраняемость ресторанных услуг ограничивает возможности использования сезонных и иных колебаний спроса во времени, ведет к определенному переизбытку мощностей предприятий сферы ресторанных услуг в отдельные периоды времени.

Это повышает актуальность интеграции ресторанного дела с туристическим и музейным делом, сферой гостиничных услуг, производством сельскохозяйственных продуктов на основе методов сервисологии (общей теории сервиса).

Учитывая отмеченные выше особенности гостиничной услуги, можно выделить следующие характеристики ее предоставления: требования к гостиничной услуге должны быть четко определены как характеристики, поддающиеся наблюдению и оценке клиентом (потребителем); в большинстве случаев управление гостиничной услугой и характеристики предоставления услуги могут быть достигнуты только посредством обеспечения управления процессом предоставления услуги.

Характеристика гостиничной услуги или процесса ее оказания (предоставления) может иметь качественное (заключается в сопоставлении по качеству) и количественное измерение в зависимости от того, в каких целях, как и кем делается такая оценка качества услуги (сервисная организация, потребитель, и т. д.).

В исследованиях изучается экономическая природа гостиничных услуг, уточняется экономическая трактовка этой категории, определяются перспективные направления всей сферы гостиничного сервиса в рамках постиндустриальной рыночной трансформации общества в условиях кризиса.

Учитывая всю сложность и условность трактовки такого многогранного понятия, каким является гостиничная услуга, можно предложить следующее экономическое определение гостиничной услуги: гостиничная услуга представляется собой хозяйственная деятельность, направленная на удовлетворение потребностей заказчиков — физических и/или юридических лиц — путем предоставления им временного проживания с учетом возможности предоставления дополнительных социальных, материальных, духовных благ или создающая условия для потребления указанных благ.

Гостиничная услуга может рассматриваться и как специфический продукт, результат действий, который имеет нематериальный характер, произведенный по желанию потребителя (заказчика), который выражается в обеспечении безопасных и комфортных условий временного проживания на определенной жилой площади в целях потребления этого продукта или в изменении состояния самого потребителя в результате проживания.

В целом этот обзор дает достаточно оснований для того, чтобы заключить, что развитая научная теория гостиничного сервиса (гостиничная сервисология) пока не сформировалась, недостаточно развита, не представлена научной общественности и многочисленным

субъектам (акторам) экономики и общества, работающим по предоставлению гостиничных услуг и использующим услуги этой сферы. Как следствие, многие актуальные вопросы развития сферы гостиничных услуг невозможно решить без теоретического осмысления сущности услуги и развития научной теории услуг (гостиничной сервисологии). При этом такие исследования теоретических основ сферы гостиничных услуг будут иметь не только теоретическое, но в значительной степени и прикладное значение, поскольку специфика технологии производства в сфере гостиничных услуг, ресурсная составляющая и целевая установка непосредственно определяют систему менеджмента и маркетинга в сфере гостиничных услуг.

Технологические особенности производства различных видов гостиничных услуг непосредственно взаимосвязаны с проблемами формирования и установления систем стандартизации. Вопросы унификации, стандартизации и сертификации применительно к сфере гостиничных услуг следует отнести к наиболее сложным для разработки.

В современных публикациях, посвященных гостиничным услугам, много внимания уделяется управлению качеством, приводятся модели качества услуг, описываются этапы измерения качества с использованием различных методик, однако до сих пор остается актуальным вопрос о том, что такое качество услуги. Разработка этого вопроса должна основываться как на общей теории гостиничных услуг (гостиничной сервисологии), так и на моделях.

Обязательным элементом общей теории гостиничных услуг может быть признано изучение экономических основ и особенностей их производства, предоставления и потребления в рамках рыночной экономики.

Наличие производителей гостиничных услуг — организаций (предприятий) разных форм собственности, организационно-правовых форм, относящихся к этому сектору экономики, требует дифференцированных подходов к научной постановке целей и определению стратегии их деятельности, формированию источников ресурсного обеспечения деятельности, построению критериев эффективности функционирования, обеспечению адекватной кадровой политики и созданию системы отношений с внешними участниками процесса производства гостиничных услуг.

Важной частью гостиничной сервисологии как общей теории услуг в гостиничном деле может считаться и такой неотъемлемый компонент функционирования этой сферы, как финансовый менеджмент и механизм обеспечения производства услуг.

При этом нужно учитывать, что в работах исследована сфера услуг как современная отрасль, опирающаяся на развитие научно-технологического прогресса, инновации. Отмечается, что это направление отражено в научных трудах ряда авторов. Сфера услуг рассматривается как отдельный сектор, способный самостоятельно формировать общехозяйственный эффект (макроэкономический аспект), или с точки зрения узкоотраслевого подхода к производству отдельных видов услуг, создающих сегменты отраслевого рынка (в том числе гостиничного). Отмечается, что при последнем подходе не находит отражение полнота вклада отрасли в социально-экономический результат деятельности города, региона и страны в целом [3].

Одновременно с этим слабо изучена роль предпринимательства в развитии сферы услуг. В дополнение к этому пока не вполне ясны экономические границы возможностей расширения сферы услуг. В целом не до конца исследован вклад сферы услуг в формирование безопасности, качества и комфорта жизнедеятельности современного человека. Между тем, глобализация экономики и социальной жизни, интенсификация труда

реалии трудовой занятости экономически активного населения требуют новых подходов к развитию сферы услуг, ее объемному и видовому расширению, обеспечения ценовой и территориальной доступности услуг. Рассматривается и стратегическое управление в сфере услуг [3].

Российские ученые занимающиеся исследованиями ресторанного дела изучают современный подход к созданию организаций (предприятий) питания в сфере ресторанного бизнеса (открытия, выбор концепции, нормативную и техническую документацию и др.), организационные проблемы планирования деятельности и использования человеческих ресурсов предприятий питания, анализируются понятие внутреннего маркетинга и общие положения теории мотивации персонала [4, с. 2].

При этом активно ведутся исследования социально-ориентированных инноваций в практике ресторанного дела [5, с. 286-287]. Зарубежные ученые рассматривают современные технические и управленческие методы организации ресторанного бизнеса, активно разрабатывают инновационные методы организации в ресторанном деле [6, с. 71-74].

Активно ведутся и исследования актуальных проблем качества услуг общественного питания в ресторанном деле [7, с. 31-35].

Исследуется и роль, значение отечественных ассоциаций рестораторов в развитии ресторанного дела [8, с. 180-185].

Считаются важными и обсуждаются критерии, показатели, степень сформированности, уровень культуры профессионального общения в гостинично-ресторанном деле [9, с. 34-37].

Как перспективное направление в развитии гостинично-ресторанного дела рассматривается направление органического земледелия [10, с. 10].

Проведенный в настоящей статье обзор литературных источников позволяет признать, что в 2018 году пока еще не существует завершенной теории ресторанных услуг, которая систематизировала бы имеющиеся методологические и практические подходы к изучению и управлению этой областью деятельности [2-10]. Это дополнительно подтверждает актуальность настоящей статьи и ее направленность на формирование и развитие ряда важных теоретических положений ресторанной сервисологии (ресторанологии), освещающей научную основу сферы ресторанных услуг, исследующую сущность таких услуг с различных точек зрения, проблемы интеграции ресторанного сервиса с другими сегментами сферы услуг (гостиничным делом, сельским хозяйством, культурой, музейным делом).

Любое научное исследование сферы и системы управления ресторанных услуг может быть основано на первичной информации и на вторичной. К вторичной информации относятся все ранее выполненные исследования. Положительной чертой этой информации является то, что в ранее выполненных исследованиях, например, научных обзорах и статьях, в частности работах [2-10], отражено содержание методологического и научного обеспечения развития сферы ресторанных услуг.

Проведенное исследование показывает, что в настоящее время не известны развернутые аналоги данной работы, направленные на создание единого комплекса философского и методического обеспечения развития сферы ресторанного сервиса как единого экономического комплекса (подсистемы национальной и глобальной экономики) [1-10]. Именно поэтому аргументы исследователей [2, 3] об отсутствии в начале 21 века развернутой теории сервиса и ресторанного сервиса, в частности, можно рассматривать как основу при формировании гипотезы настоящего исследования о том, что для гармоничного и

устойчивого развития сферы ресторанного сервиса, как части постиндустриальной экономики и сферы сервиса важное значение имеет формирование методологических основ общей научной теории сферы ресторанного сервиса (ресторанной сервисологии - ресторанологии).

Разработка целостной теории сферы услуг будет способствовать решению не только теоретико-методологических проблем, которые имеют место в данной области, но и многие практические вопросы, которые обусловлены особенностями услуги как структурного элемента функционирования постиндустриальной экономики и общества [10-14].

При этом, как уже отмечалось, актуальна интеграции методологии ресторанного дела с процессами производства сельскохозяйственных продуктов [10, с. 10; 11, с. 4], методологией сферы гостиничных услуг [12, с. 226-245], методологией интеграции туристического и музейного дела [13, с. 287-302], что возможно на основе общей теории сервиса (сервисологии) [14, с. 228-243] и общей теории науки (наукологии) [15, с. 5].

На основе результатов выполнения работ [11-15] становится возможной разработка научной теории ресторанного сервиса (ресторанной сервисологии) -ресторанологии.

В философии и методологии науки сказано, что сущность научной теории определяется посредством описания ее объекта исследования, научного метода, функций, ролей научной теории и путем разработки ее законов. Именно эти научные положения ресторанной сервисологии и станут центральным элементом последующего содержания этой статьи.

При разработке общей теории ресторанных услуг (ресторанной сервисологии-ресторанологии) будем учитывать особенности данной сферы деятельности, которая определяется технологическим процессом обеспечения безопасности ресторанных услуг для посетителей и определенного уровня наслаждения, комфортности процесса потребления пищи в ресторанах, целями ресторанной деятельности, ресурсами и источниками финансирования, кадровой политикой, сегментами потребителей ресторанных услуг, размерами ресторанного бизнеса, приемами менеджмента и концепциями маркетинга, особенностями продвижения и коммуникации, а зачастую и формой собственности и архитектурой (сетевая, несетевая) ресторанного бизнеса.

Рассмотрение ресторанных услуг как юридических объектов также является важным элементом в проводимом исследовании. Необходимо отметить, что ресторанной услуге как объекту гражданских прав посвящено достаточное количество нормативных актов и публикаций. При этом до настоящего времени у ученых нет единого мнения в том, чем отличается работа от услуги и в чем особенность каждой из них как объектов гражданских прав. Данный вопрос имеет не только теоретическое значение, его разрешение может в серьезно повлиять на безопасность и качество ресторанных услуг, практику бизнеса в сфере ресторанных услуг.

В перечень основных концептуальных направлений, которые могли бы быть включены в ресторанную сервисологию как общую теорию ресторанных услуг, наиболее актуальными являются направления, связанные с экономикой и управлением в сфере этого вида услуг. При этом объектом общей теории сферы ресторанного сервиса должна быть сфера таких услуг и сама услуга, рассматриваемая как специфический продукт и объект экономической деятельности, обладающий определенным назначением и особыми социальными и культурными свойствами.

Определим общие (как структурного элемента общественного питания) и частные функции и роли ресторанов.

К общим — как структурного элемента общественного питания — функциям ресторанов предлагается отнести:

-обеспечения регулярного питания населения в интересах его жизнедеятельности и обеспечения трудоспособности;

-создание возможности для оптимизации распределения рабочего времени, личного времени и времени отдыха рабочей силы (трудовых ресурсов);

-обеспечения санитарных норм и безопасности питания в рамках распорядка использования трудовых ресурсов и другие.

Ролями ресторанов в структуре общественного питания можно назвать:

-поддержание текущей и долговременной трудоспособности рабочей силы в рамках положений о внутреннем распорядке организаций;

-обеспечение безопасности и приемлемых санитарно-гигиенических условий процесса удовлетворения потребности сотрудников пище.

Необходимо отметить, что удовлетворение потребности персонала экономических и социальных субъектов в регулярном приеме пищи относится к первичным (физиологическим) потребностям и играет важную роль в системах мотивации как отдельных организаций, так и трудовых ресурсов экономики в целом. Например, согласно теории мотивации Ф. Герцберга потребность в пище относится к базовым гигиеническим потребностям персонала, а согласно теории (пирамиды потребностей) А. Маслоу потребность в пище относится к ключевым физиологическим потребностям персонала организации [16, с. 120-125].

К специальным (особенным) функциям ресторанов можно причислить:

-гурманная — эстетическая функция получения наслаждения (внутреннего удовлетворения) от блюд, обслуживания, культуры оформления и обстановки приема пищи в ресторане, преимущественно реализуется ресторанами «высокой» кухни;

-статусная (элитная) функция питания членов отдельных социальных классов и групп, участников социальных и экономических процессов в ресторанах определенной категории, которая связана с тем, что не всем слоям общества доступна стоимость ресторанного питания, согласно теории А. Маслоу у человека есть потребности в уважении и самовыражении, которые он может удовлетворить, посещая определенный ресторан(ы);

-музейная функция — функция сохранения исторического и культурного наследия этносов в области приготовления блюд, кухни и культуры застолий и питания, которая выполняется ресторанами национальной кухни и кухонь народов мира, блюда могут рассматриваться как артефакты национальной истории и культуры [13, с. 290-300];

-функция подчеркнутого уважения к отмечаемой дате, партнерам по переговорам, деловому и/или личному общению, которая выражается в приготовлении в таких случаях особых блюд (запеченных осетров и т. п.);

-функция стимулирования фантазии и раскрепощенного делового общения, например, известно, что в ресторане «Славянский базар» было в 1898 году К. С. Станиславским и В. И. Немировичем–Данченко принято решение о создании Московского художественного тетра, ставшего в последствии одним из ключевых носителей, элементов российской и мировой театральной культуры;

-акцентирования неординарности, торжественности события или момента, например, проведения свадеб, юбилеев и других видов личных торжеств;

-создания и поддержание пищевой (кулинарной) моды;

-создания и управления кулинарными брендами и другие.

На этом основании специальными ролями ресторанов можно назвать:

- сохранения исторического и культурного наследия в области общения и культуры питания;
- дифференциация групп населения по социальным и профессиональным статусам и доходам;
- развития культуры личного общения, положительных тенденций в отношении как отдельных людей, так и социальных групп и другие.

В интеграции с другими видами услуг, таких как туризм, гостиничное, музейное дело (и другие) ресторанный сервис может повышать качество и привлекательность таких услуг за счет создания синергетического эффекта от получения познавательного, культурного и пищевого удовольствия.

Предметом ресторанной сервисологии (ресторанологии) можно назвать систему экономических, управленческих, организационных, финансовых, социальных отношений, которые возникают в процессе продвижения, производства и потребления ресторанной услуги.

Субъектами (актерами) сферы ресторанных услуг являются производители, потребители, заказчики, посредники (физические и юридические лица), участвующие в процессе социально-экономических отношений в сфере производства и потребления гостиничных услуг.

Ресторанная сервисология может выступать как часть, структурный элемент современной сервисологии [11-14], науки и наукологии [15].

Поэтому в данной работе сформулируем основные методические понятия (атрибуты) ресторанной сервисологии на основе и с использованием аналогичных формулировок сервисологии [11, с. 4; 12, с. 226-245; 13, с. 287-302; 14, с. 228-243] и наукологии [15, с. 5].

Ресторанной сервисологией условимся называть науку о создании научных знаний, практических компетенций и технологий, которая охватывает комплекс научных проблем, философию, идеологию, политику, мотивы, методы, способы, инструменты, технологии традиционного и/или инновационного создания ресторанных услуг, технологий, их обращении и оказания, а так же методы оценки финансовых результатов этой деятельности и влияния сферы ресторанных услуг на развитие государства, экономики и общества.

С гносеологической точки зрения ресторанная сервисология является методологией исследования, анализа и управления методами решения научных и практических задач, стоящих перед современными экономикой и обществом в сфере ресторанного бизнеса и сервиса.

Определим научный метод, объект, предмет, функции и роли общей теории ресторанного сервиса — ресторанной сервисологии (ресторанологии).

Научным методом в ресторанной сервисологии будем называть систему принципов и приемов, с помощью которых обеспечивается объективное познание научных процессов и социально-экономических результатов проектирования, создания, обращения, оказания, модернизации услуг и технологий их оказания в ресторанном деле.

Функции (от итальянского слова «исполняю») ресторанной сервисологии состоят в том, что в рамках ресторанологии (ресторанной сервисологии) может быть выполнено в геополитической, политической, социальной, экономической, технологической, экологической подсистемах государства, глобальных экономики и общества.

Экономическая и социальная роль (значимость) ресторанной сервисологии определяется эффективностью выполнения тех ее функций, которые данная сервисология выполняет в отношении удовлетворения потребностей экономики, общества, конкретного человека в услугах.

Базовыми функциями ресторанной сервисологии предлагается считать: методологическую, познавательную, инструментальную, законотворческую, оптимизационную, прогностическую, предупредительную, психологическую функции, функцию социализации знаний, минимизации техногенных, экологических и социальных рисков, системообразующую функцию сервисологии.

Методологическая функция ресторанной сервисологии заключается в формировании понятийного аппарата, разработке теоретических основ научных исследований и методологии исследования сферы ресторанных услуг, отдельных услуг, явлений и процессов, формулировании законов и категорий ресторанной сервисологии, разработке инструментов управления научным исследованием, инновационным проектом (в различных сферах деятельности) по созданию ресторанных услуг, жизненным циклом услуг с целью максимизации эффективности их оказания и использования в экономике и обществе, минимизации ущерба от техногенных рисков и обеспечения эффективности политики (системы мер) в области науки, инноваций, технологий в сфере ресторанных услуг.

Познавательная функция ресторанной сервисологии включает процессы накопления, описания, изучения фактов действительности в сфере ресторанного сервиса, ее научного исследования, инноваций, технологий в сфере сервиса на различных уровнях (глобальном, национальном, отраслевом, региональном и т. п.), анализ конкретных явлений и процессов в сфере ресторанного сервиса, научных исследований, осуществления инновационных проектов в сфере услуг, жизненного цикла ресторанного услуг, выявления важнейших проблем и источников развития сферы ресторанных услуг, обоснования отдельных мер и программ развития сферы ресторанных услуг.

Инструментальная (регулятивная) функция ресторанной сервисологии имеет практический характер и заключается в: разработке способов и инструментов управления научными исследованиями во всех частях сферы ресторанных услуг, управления инновационными проектами в сфере ресторанного сервиса, управления жизненным циклом ресторанных технологий и услуг; выработке практических рекомендаций для властных структур, научно-исследовательских организаций, организаций сферы ресторанных услуг; предварительной оценке эффективности ресторанных услуг и их модернизации.

Законотворческая функция ресторанного сервисологии воплощается в процессе обоснования необходимости и разработки норм права, которые способствуют развитию сферы ресторанных услуг, инноваций в сфере этих услуг, форм ответственности за нанесение ущерба третьим лицам, персоналу и обществу в целом при оказании ресторанных услуг, не отвечающих требованиям безопасности и др.

Оптимизационная функция ресторанной сервисологии заключается в синтезе или выборе наилучших (с определенной точки зрения, например, минимальных затрат), достижения безопасных и экологических условий и последствий функционирования сферы ресторанного сервиса, технологий, способов и приемов реализации услуг в экономике и общественном питании.

Прогностическая функция ресторанной сервисологии включает оценку состояния сферы ресторанных услуг, как части экономики и общества в будущем с точки зрения

возможности развития определенных направлений и частей сферы этих услуг, их изменения под воздействием научно-технического прогресса в сферах науки, техники, технологий.

Предупредительная функция ресторанной сервисологии включает проведение упреждающих и профилактических мер по результатам прогноза развития науки и техники с учетом возможности развития технико-экономических кризисов сферы ресторанных услуг, техногенных катастроф, технологических кризисов и других видов негативных явлений, возникающих в результате развития негативных явлений в сфере услуг.

Психологическая функция ресторанной сервисологии состоит в объяснении населению необходимости финансовых и других затрат на постоянное развитие научной и инновационной деятельности в сфере ресторанного сервиса, ускорение научно-технического прогресса в сфере оказания этих услуг, ориентацию общества на устойчивый характер и эффективное управление научно-техническим прогрессом экономики и общества в сфере ресторанного сервиса.

Функция социализации знаний в ресторанной сервисологии включает распространение знаний о роли и значении современных науки, технологий, техники для современной сферы ресторанного сервиса и ее влияния на развитие государства и общества, необходимости эффективных мер по развитию научного обеспечения развития сферы ресторанного сервиса (услуг) среди широких слоев населения. Выполнение функции социализации в ресторанной сервисологии имеет большое значение для обеспечения устойчивости развития и прогрессивного правового обеспечения развития науки и техники и НТП в целом в этой сфере.

Системообразующая функция ресторанной сервисологии заключается в формировании и накоплении знаний нацеленных на комплексное обслуживание клиентов, обеспечение создания адекватных систем управления научным и инновационным процессами в сфере ресторанного сервиса, включая, планирование, организацию, мотивацию и контроль результатов научного и инновационного процессов в этой сфере услуг.

Ролями ресторанной сервисологии рекомендуется назвать:

во-первых, оптимизацию процессов развития научного обеспечения в сфере ресторанных услуг и ее инновационного развития;

во-вторых, снижение рисков отрицательных отклонений результатов в процессе развития сферы ресторанных услуг, при проведении научных исследований и реализации инновационных проектов в этой сфере;

в-третьих, повышение финансовых результатов в сфере ресторанного сервиса, эффективности научной и инновационной деятельности в сфере ресторанных услуг.

Законами ресторанной сервисологии можно назвать устойчивые причинно-следственные связи между методами научных исследований и реализации инновационных проектов в сфере ресторанного сервиса (услуг) и наблюдаемыми при этом финансовыми результатами от функционирования сферы ресторанных услуг, устойчивые логические связи при взаимодействии частей и отношения, возникающие в процессе развития ресторанной сервисологии и сферы услуг.

Предлагается так сформулировать законы ресторанной сервисологии:

1. ресторанный сервис является отраслью экономики и общественной жизни одновременно, основан на удовлетворении индивидуальных и общественных потребностей во безопасном и регулярном приеме пищи индивидов, семей, коллективов, общества в различных правовых и жизненных ситуациях;

2. источником интенсивного развития сферы ресторанного сервиса выступает специализация труда в постиндустриальном развитии и связанная с этим дифференциация видов деятельности, доходов и потребностей в удовлетворении голода в ситуации усложнения режимов труда, техногенной части сферы быта и общественной жизни одновременно;

3. увеличение числа видов (сетевой метод организации, выездное обслуживание, доставка на дом и др.), дифференциации и специализации ресторанных услуг связан с ростом дифференциации и сложности потребностей клиентов, хозяйственно-экономической и социальной жизни в постиндустриальных условиях;

4. причинами формирования новых видов ресторанных услуг являются новые условия жизни и потребности в безопасном и своевременном, качественном питании с учетом стремления к адаптации, к изменениям условий труда и развитию техногенной и социальной сферы;

5. эффективность ресторанной услуги имеет одновременно экономическое, социальное и временное измерение;

6. по причине продолжения тенденции (тренда) роста сложности трудовой и личной жизни населения, дифференциации финансово-хозяйственной и общественной деятельности значение сферы ресторанного сервиса в будущем будет возрастать;

7. повышение уровня сложности финансово-хозяйственной и общественной деятельности приведет к росту сложности и комплексности оказываемых ресторанных услуг и другие.

Под эффективностью ресторанных услуг условимся понимать их способность достигать поставленных перед ними заказчиком (и/или производителем) целей за оговоренный период времени при расходовании фиксированного количества ресурсов субъектами этого процесса.

Технологией оказания ресторанных услуг условимся называть системное объединение используемых при оказании ресторанных услуг способов, технических средств и квалификационных навыков персонала организации ресторанного сервиса. При этом производство и оказание ресторанных услуг всегда связано с товарами (пищевые продукты, печи, холодильники и др.) в их материальном виде.

Место в процессе и роль сферы ресторанного сервиса в обеспечении устойчивого развития общества, экономики и техносферы велико и будет увеличиваться и дальше. Это объясняется тем, что устойчивое развитие (англ. *sustainable development*) трактуется как процесс экономических и социальных изменений, при котором эксплуатация природных ресурсов, направление инвестиций, ориентация научно-технического развития, развитие личности и институциональные изменения согласованы друг с другом и укрепляют нынешний и будущий потенциал для удовлетворения человеческих потребностей и устремлений. В рамках концепции устойчивого развития во многом речь идет об обеспечении повышения безопасности и качества жизни людей, а следовательно и качества, регулярности и безопасности питания людей.

Поэтому исследование процессов устойчивого роста и увеличения номенклатуры блюд (материальных продуктов ресторанного сервиса), услуг, технологических особенностей производства в сфере ресторанного сервиса (услуг), взаимосвязь таких услуг и о вещественных товаров, изменение соотношения в технологических процессах вещественных и невещественных продуктов, отраслевые особенности доли в конечном

продукте собственно ресторанных услуг или овеществленных товаров (ресторанных блюд) являются и будут очень актуальными в 21 веке.

По этой причине известные и существующие в настоящее время классификации в сфере ресторанного сервиса (услуг) требуют дальнейшего уточнения и систематизации в рамках ресторанной сервисологии. Это обуславливает важность определения главных и второстепенных критериев классификации ресторанных услуг.

Услуги в сфере ресторанного дела могут быть разделены на:

–первичные (приготовление пищевых блюд) и вторичные (технический сервис ресторанов);

–основные (обеспечение деятельности ресторана как организации общественного питания) и вспомогательные (живая музыка, оркестр и др.).

Услуги технического сервиса в техногенной сфере ресторанного дела развиваются для того, чтобы:

–обеспечить надежность функционирования ресторанов как техногенных объектов;

–повысить безопасность и эффективность функционирования ресторанов как техногенных объектов;

–изменить отдельные, например, экологические и ресурсосберегающие характеристики ресторанов как функционирующих техногенных объектов;

–улучшить дизайн ресторанов как техногенных объектов (художественное оформление) и другое.

В ресторанной сервисологии должно учитываться, что современные рестораны, предоставляющие комплексные услуги (питание и развлечение) по заказу физических и/или юридических лиц по существу являются сложными многофункциональными организационными и техногенными системами. Для обеспечения решения задач проектирования и анализа процессов функционирования такого класса сложных систем было разработано и применяется их функционально — декомпозиционное представление [14, с. 235]. Другие виды типового представления ресторанов: бухгалтерский баланс; меню; репертуар оркестра и другие.

Основным элементом функционально–декомпозиционного представления ресторанов можно назвать таблицу функциональных портретов (более известную в Интернете еще и как таблицу функций и элементов). Эта таблица содержит: по горизонтали (строки) перечень реализуемых функций (общественное питание; отдых; развлечение и др.); по вертикали (столбцы) она содержит элементы, которые участвуют в реализации этих функций (кухня, повара, ресторанный зал, официанты, бар, оркестр, гардероб и т. д.). В пересечении строки и столбца ставится отметка «+», если данный элемент технологического комплекса ресторана участвует в реализации определенной в конкретной строке функции. Вместо или в дополнение к отметке «+» в таблице функциональных портретов может приводиться уровень загрузки элемента при выполнении этой и других функций и т. п. Это открывает возможность использования такого представления для применения технологий бережливого производства, нормирования трудозатрат персонала, оценки уровня нагрузки персонала и/или загрузки технического элемента (например, кухонной плиты) технологической структуры оказания комплекса ресторанных услуг на основе данной технической системы ресторана при выполнении всех или части его функций и другое.

Одним из основных направлений развития ресторанной сервисологии (ресторанологии) можно считать синтез моделей для описания и анализа конкурентоспособности ресторанных услуг.

В ресторанном деле используется ряд моделей (рецепты блюд, технологические карты, бухгалтерский баланс и др.).

Как известно кулинарным рецептом называют руководство по приготовлению кулинарного изделия, которое включает: информацию о составляющих блюдо пищевых продуктах, их пропорциях; инструкцию по смешиванию и обработке ингредиентов блюда; описание процессов механической и тепловой обработки этих ингредиентов; способы сервировки готовых блюд для их подачи потребителям. При этом сущность рецепта такова, что он (рецепт) не пригоден для описания качества и социально-экономической характеристики кулинарных (ресторанных) блюд.

Бухгалтерский баланс является универсальной балансовой моделью для оценки финансовых результатов бизнеса во всех отраслях деятельности.

Для проектирования и оценки качества ресторанных услуг может применяться известная в маркетинге описательная трехуровневая модель товара (ресторанного блюда). Эта может быть использована и при исследовании и позиционировании ресторанных услуг, для оценки конкурентоспособности, эффективности, качества таких услуг [14, с. 228–243]. В ней первый уровень ресторанного блюда составляет основная выгода или услуга. Вторым уровнем ресторанного блюда (товара) включает: его свойства (калорийности, запах, вкус и др.), качество (свежесть), внешнее оформление, марочное название, упаковка. Третьим уровнем ресторанного блюда (товара) включает: вероятность нахождения в ассортименте блюд в любое время работы ресторана; время приготовления (поставки) и возможность оплаты кредитной картой, наличие скидок, наличие клубных карт (аналог-послепродажное обслуживание) и др. Кроме того, предложено выделять и описывать четвертый (стратегический, социально-экологический) уровень ресторанного блюда (товара).

Адаптируем в настоящей статье эту модель к описанию ресторанного (кулинарного) блюда как результата комплекса ресторанных услуг по производству из сельскохозяйственного сырья (ингредиентов) готового к употреблению в ресторане блюда.

Первый уровень ресторанного блюда (услуги) составляет основная выгода или удовлетворяемая услугой техническая, экономическую, социальная потребность в техносфере, экономике или социальной среде.

Второй уровень ресторанной услуги включает услугу в реальном исполнении: свойства (сохраняемость, надежность оказания, безопасность процесса и результата, цена и др.), качество, внешнее оформление процесса оказания услуги, марочное название услуги.

Третий уровень услуги включает: доступность (поставка), кредитование оказания услуг, гарантия результата, послепродажное обслуживание.

Четвертый уровень услуги должен описывать и характеризовать влияние услуги на социально-экономическую и экологическую системы (затраты материалов и сырья, ущерб окружающей среде при оказании услуг и др.) и стратегическое (длительное влияние на рынок и социально-экономическую среду).

Первый уровень ресторанной услуги (основная выгода): удовлетворение физической потребности в пище для поддержания жизнедеятельности клиентов ресторан в текущий период времени.

Второй уровень ресторанной услуги (услуга в реальном исполнении): разнообразие меню ресторана; калорийность предлагаемых блюд; вкусовые качества предлагаемых блюд;

эстетическое оформление блюда; продолжительность приготовления блюд; средняя стоимость пользования ресторанной услугой и другое.

Третий уровень ресторанной (услуга с подкреплением): эстетическое оформление блюда; оформление ресторана; качество обслуживания официантом; наличие развлекательных программ и шоу; возможность доставки готовой пищи на дом; возможность приготовления специальных блюд по заказу клиента и др.

Четвертый уровень ресторанной услуги (стратегический, экологический и социально-экономический уровень): экономия времени на приготовлении пищи (появление времени для экономического и социального развития); обеспечение экологии питания; поддержание здоровья клиентов в интересах обеспечения их долголетия; обеспечение хорошего настроения клиентов за счет наслаждения качественной пищей в привлекательном интерьере ресторана и другое.

Предложенная выше четырехуровневая модель ресторанной услуги может быть адаптирована и уточнена на структурном и параметрическом уровне для различных категорий ресторанных услуг (блюд). Она (эта модель) может быть полезной при проектировании и позиционировании, сравнительной оценке конкурентоспособности и экономической эффективности ресторанных услуг.

Кроме того, предложенная четырехуровневая модель ресторанной услуги позволяет описать эту услугу как объект управления, что может позволить повысить эффективность общего и финансового менеджмента в ресторанном деле.

При проектировании услуг с использованием четырехуровневой модели услуги можно предложить такую модель последовательного процесса проектирования услуги, разделив ее на такие этапы проектирования:

1. формируется четырехуровневая предметная (описательная) модель облика (структуры и основных характеристик) ресторанной услуги;

2. для каждого уровня ресторанной услуги и каждого ее показателя формируется оценочная шкала, позволяющая произвести оценку качества услуги по данному показателю (например, по десятибалльной шкале, системе);

3. экспертным путем, например, посредством опроса клиентов выполняется оценка качества каждого из показателей ресторанной услуги;

4. на основе анализа экспертных оценок клиентов, сравнительного анализа реальных и прогнозных (проектных) показателей выделяют те показатели ресторанной услуги, которые необходимо улучшить;

5. предлагаются варианты повышения показателей качества ресторанной услуги до уровня проектных показателей и/или выше их;

6. посредством дальнейшего анализа определяют реализуемые и/или наиболее целесообразные или оптимальные варианты улучшения показателей конкретной ресторанной услуги;

7. реализуют на практике оптимальные варианты улучшения показателей определенной ресторанной услуги;

8. оценивают качество модернизированной ресторанной услуги с использованием методики (см. п. 3) и принимают решение о достаточном или недостаточном качестве модернизированной ресторанной услуги и т. д.

В статье развиваются методические основы общей теории сервиса в ресторанном деле (ресторанной сервисологии) — ресторанонологии, описаны социально-экономические

функции ресторанов, сформулированы функции ресторанной сервисологии, рассмотрены тренды и особенности развития сферы ресторанных услуг в условиях постиндустриальной глобализации, предложена методика проектирования комплекса ресторанных услуг на основе функционально–декомпозиционного представления, предложена четырехуровневая модель ресторанной услуги, которая может быть использована при проектировании и позиционировании, оценке конкурентоспособности и экономической эффективности ресторанных услуг.

Список литературы:

1. Кнышова Е. Н. Маркетинг. учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2009, С. 13.
2. Симонян Г. А. Теоретические основы формирования сферы услуг // Вестник СГУТиКД. 2011. №1 (15). С. 57-60.
3. Разомасова Е. А. Сфера услуг: теория, состояние и развитие. Новосибирск: НОУ ВПО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации», 2011. 136 с.
4. Чернова Е. В. Ресторанное дело. СПб.: Санкт-Петербургский торгово-экономический университет, 2015. 44 с.
5. Ускова Н. Г., Хлебосолов И. Е. Социально-ориентированный контент инноваций в практике ресторанного дела // Молодые ученые. 2016. №7. С. 286-287.
6. Аманкулова З. Б. Инновационные методы организации деятельности ресторанного дела // Вестник Алматинского технологического университета. 2012. №2. С. 71-74.
7. Городников А. П., Морозова М. Н. Обзор актуальных проблем сферы качества услуг в ресторанном деле // Сборник научных трудов SWorld. 2013. Т. 52. №3. С. 31-35.
8. Петракова Т. Г. Роль российских ассоциаций рестораторов в развитии ресторанного дела // Экономика. Сервис. Туризм. Культура ЭСТК-2013. Сб. ст. XV Международной научно-практической конференции. Барнаул: Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова. 2013. С. 180-185
9. Трофимук Е. Критерии, показатели и уровни сформированности культуры профессионального общения будущих специалистов гостинично-ресторанного дела // Психология. Социология. Педагогика. 2013. №2 (27). С. 34-37.
10. Орленко Е. В. Развитие органического земледелия - перспективное направление в гостинично-ресторанном деле // Экономика: экономика и сельское хозяйство. 2017. №6 (18). С. 10.
11. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Сельскохозяйственная сервисология как методическая основа развития сферы услуг в сельском хозяйстве // Экономика: экономика и сельское хозяйство. 2016. №3(11). С. 4.
12. Глущенко В. В., Глущенко И. И., Винницкий А. А., Сайтбатталова Э. Р., Якименко В. В. Формирование методологической основы развития и оценки качества услуг в сфере гостиничного сервиса // Молодежный научный вестник. 2017. №4(16). С. 226-245.
13. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Интеграция туристического и музейного дела в рамках методологии сервисологии // Бюллетень науки и практики. 2018. Т. 4. №2. С. 287-302. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/glushchenkovv> (дата обращения 15.02.2018). DOI: 10.5281/zenodo.1173278.
14. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Парадигма формирования научного обеспечения сферы постиндустриальных услуг // Бюллетень науки и практики. Электрон. журн. 2017. №10 (23). С. 228-243. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/glushchenko-v-glushchenko-i> (дата обращения 15.10.2017). DOI: 10.5281/zenodo.1012389.

15. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Наукология как методическая основа повышения эффективности национальной инновационной системы // Интернет-журнал Науковедение. 2015. Т. 7. №1 (26). С. 5.

16. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Проектирование систем мотивации персонала организации // Молодежный научный вестник. 2017. №10(22). С. 114-128. Режим доступа: <http://www.mnvnauka.ru/2017/10/Glushchenko.pdf> (дата обращения 03.10.2017).

References:

1. Knysheva, E. N. (2009). Marketing. tutorial. Moscow: *INFRA-M*, 13
2. Simonyan, G. A. (2011). Theoretical foundations of the service sector formation. *Vestnik SGUTiKD*, 1 (15). 57-60
3. Razomassova, E. (2011). A sphere of services: theory, state and development. Novosibirsk: *The Central Union of the Higher Professional Education of the Central Union of the Russian Federation Siberian University of Consumer Cooperatives*, 136
4. Chernova, E. V. (2015). Restaurant business. St. Petersburg: *St. Petersburg University of Trade and Economics*, 44
5. Uskova, N. G., & Khlebosolov, I. E. (2016). Socially-oriented content of innovations in the practice of restaurant business. *Young Scientists*, (7). 286-287
6. Amankulova, Z. B. (2012). Innovative methods of organizing the activity of restaurant business. *Bulletin of Almaty Technological University*, (2). 71-74
7. Gorodnikov, A. P., & Morozova, M. N. (2013). Review of actual problems in the sphere of quality of services in the restaurant business. *Proceedings of SWorld*, 52(3). 31-35
8. Petrakova, T. G. (2013). The role of Russian restaurateur associations in the development of restaurant business. In: Economics. Service. Tourism. Culture of ESTC-2013. Sat. Art. XV International Scientific and Practical Conference. Barnaul: *Altai State Technical University. I. I. Polzunov*, 180-185
9. Trofimuk, E. (2013). Criteria, indicators and levels of formation of the culture of professional communication of future specialists in hotel and restaurant business. *Psychology. Sociology. Pedagogy*, 2 (27). 34-37
10. Orlenko, E. V. (2017). The development of organic farming - a promising direction in hotel and restaurant business. *Aeconomy: Economics and Agriculture*, 6 (18), 10
11. Glushchenko, V. V., & Glushchenko, I. I. (2016). Agricultural service as a methodical basis for the development of services in agriculture. *Aeconomy: Economics and Agriculture*, 3 (11), 4.
12. Glushchenko, V. V., Glushchenko, I. I., Vinnitsky, A. A., Sitebutalova, E.R., & Yakimenko, V. V. (2017). Forming the methodological basis for development and evaluation of the quality of services in the hotel service industry. *Youth scientific bulletin*, 4 (16). 226-245
13. Glushchenko, V., & Glushchenko, I. (2018). Integration of tourist and museum business in the framework of the methodology of servicology. *Bulletin of Science and Practice*, 4, (2), 287-302. doi:10.5281/zenodo.1173278
14. Glushchenko, V., & Glushchenko, I. (2017). Paradigm of formation of scientific providing sphere of post-industrial services. *Bulletin of Science and Practice*, (10), 228-243. doi:10.5281/zenodo.1012389
15. Glushchenko, V. V., & Glushchenko, I. I. (2015). Science as a methodological basis for increasing the effectiveness of the national innovation system. *Internet Journal of Science*, 7, (1), 5.

16. Glushchenko, V. V., & Glushchenko, I. I. (2017). Designing the systems of motivation of the personnel of the organization. *Youth scientific bulletin*, 10 (22). 114-128. Access mode: <http://www.mnvnauka.ru/2017/10/Glushchenko.pdf> (circulation date 03.10.2017).

*Работа поступила
в редакцию 19.03.2018 г.*

*Принята к публикации
23.03.2018 г.*

Ссылка для цитирования:

Глущенко В. В., Глущенко И. И., Кац С. К., Ольшевская К. А., Пряжникова А. А., Сташкова Е. В. Развитие ресторанной сервисологии на основе методологии общей теории сервиса // Бюллетень науки и практики. 2018. Т. 4. №4. С. 353-371. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/glushchenko-4-2018> (дата обращения 15.04.2018).

Cite as (APA):

Glushchenko, V., Glushchenko, I., Katz, S., Olshevskaya, K., Pryazhnikova, A., & Stashkova, E. (2018). Development of restaurant serviceology based on the methodology of general theory of service. *Bulletin of Science and Practice*, 4, (4), 353-371