

Л.П. Малюк, д-р техн. наук, проф. (ХГУПТ, Харьков)

А.М. Варыпаев, канд. филос. наук, проф. (ХГУПТ, Харьков)

СЕРВИСОЛОГИЯ КАК ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ БАЗА СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Рост внимания ученых и практиков к сфере услуг, обусловленный усилением ее значения в общественной жизни и экономике, привел к развитию новой сферы научного знания – «сервисологии», формируя ее методологические основы.

Сервисология с начала возникновения понималась как междисциплинарная наука, возникающая на стыке философии, психологии, экономики, культурологии, социологии и ряда других наук, поскольку она призвана определять потребности человека (материальные, социальные и духовные) и производить способы их удовлетворения.

Сервисология (англ. сервис – «услуга», логос – «мысль») – комплексная наука об услугах, методах и формах их предоставления, которая исследует формирование и функционирование сервиса как социального института. В наши дни эта наука находится в стадии формирования и структурирования. Актуальным является выделение ее специфики, предмета и методов исследования.

Хотя до сих пор ведутся дискуссии относительно отнесения сервисологии к теоретическим или научно-практическим наукам, мы считаем продуктивным разделение «сервисологии» как теоретическую и «сервисную деятельность» как научно-практическую части гуманитарного научного знания, которые интенсивно развиваются. Нами предложено следующее определение сервисологии:

Сервисология – самостоятельная наука о потребностях человека, принципах и методах их удовлетворения, которая органично формируется и активно развивается.

Объектом сервисологии является человек и его потребности.

Предмет сервисологии – способы и методы выявления и формирования комплекса физиологических, социальных и духовных потребностей, процесс их удовлетворения с помощью сферы услуг.

Базовой категорией для сервисологии является **потребность**.

«Потребности – это то, что необходимо человеку для того, чтобы он мог существовать как организм, развиваться как личность и быть психически свободным» (К. Обуховский).

Сервисология исследует потребности человека в связи с их удовлетворением в сфере услуг, предлагает теоретическое обоснование сервисной деятельности.

Методологическими основами сервисологии становится изучение комплекса базовых потребностей, принципов их классификации, рассмотрение исторического развития теории потребностей и анализ современной парадигмы «потребность – мотивация – деятельность», представленной в различных отраслях естественнонаучного и гуманитарного знания.

Сервисология за последнее десятилетие закрепила себя в статусе науки, что позволяет рассматривать ее как интегративную область гуманитарного знания, направленную на исследование формирования, функционирования и удовлетворения потребностей человеческой личности в сфере услуг. Она является теоретическим каркасом для таких направлений научно-практической деятельности, как сервисная деятельность.

В наиболее влиятельных и методично значимых концепциях в теории потребностей А. Маслоу, К. Обуховского, П.В. Симонова и П.Н. Ершова, потребности становятся основой мотивационного поведения человека, которую необходимо учитывать при анализе любой деятельности, связанной с комплексным удовлетворением потребностей человека, в том числе в сфере гостеприимства.

Сервисная деятельность в сфере гостеприимства (туризм, гостиничный и ресторанный бизнес) направлена как на реализацию нижних уровней потребностей человека, так и, в особенности, в современном обществе затрагивает такие важные стороны развития человеческой личности, как потребности познавательные, эстетические и потребность в самоактуализации.

На основе разработок отечественных и зарубежных ученых в области психологии, философии, социологии и экономики, а также учитывая практическую необходимость выявления основных групп потребностей по основной цели и сферам удовлетворения потребностей, которые являются первоочередными в сфере услуг, мы предлагаем следующую классификацию потребностей и услуг, которая показывает связь всего комплекса потребностей со сферой гостеприимства (табл. 1.)

Сервисная деятельность возникает, существует, проявляет себя там, где происходит процесс предоставления услуги, обусловлена уровнем развития общественного производства и имеет с ним прямую взаимосвязь, создавая для потребления новые и новые услуги и

товары, связанные с развитием и усложнением комплекса потребностей человека и особенностей их удовлетворения.

Таблица 1

Классификация потребностей и услуг во взаимосвязи со сферой гостеприимства

Потребности	Основные классы услуг	Сфера гостеприимства, гостиничного и ресторанного бизнеса
Физиологические	1. Ощутимые действия, направленные на тело человека	Здравоохранение; санитарные нормы качества и безопасность сырья и готовой кулинарной продукции; безопасность предоставления услуг; техника безопасности и противопожарная безопасность; безопасность пребывания в помещениях гостиниц и ресторанов; логистика трансфера потребителей.
Социальные	2. Ощутимые действия, направленные на товары и другие физические объекты	Обеспечение логистики продовольственного сырья, кулинарной продукции и материально-технических товаров; ремонт и содержание оборудования в учреждениях гостиничного и ресторанного хозяйства; санитарно-гигиенические мероприятия по содержанию помещений гостиниц и ресторанов; ветеринарные услуги; безопасность хранения личных вещей.
	3. Неощутимые действия с неощутимыми активами	Информационная безопасность гостиниц и ресторанов; юридические и консультационные услуги; операции с ценными бумагами и безналичный расчет.
Духовные	4. Неощутимые действия, направленные на сознание человека	Качественное и квалифицированное обслуживание в отелях и ресторанах; повышение квалификации персонала; комплекс рекреационных и информационных услуг; этика и этикет в общении с потребителями; формирование положительного имиджа заведения, города, страны.

Согласно общему закону возвышения потребностей, можно говорить о том, что чем выше уровень развития духовных потребностей данного общества, тем более разнообразные и высококачественные услуги необходимы для их полноценного удовлетворения. Исследование комплекса каждого типа потребностей и их содержательная классификация становится важной для всех практических сфер деятельности, связанных с удовлетворением потребностей. Важно учитывать, что удовлетворение любой базовой потребности неразрывно связано с удовлетворением целого комплекса других.

Подобная закономерность прослеживается и в удовлетворении комплекса других потребностей, так что целесообразно рассматривать исходную потребность и потребности производственной сферы и сферы услуг, отходящие от нее, так как это будет способствовать выявлению реального механизма взаимодействия и функционирования групп потребностей.

Парадигма исследования сервисологии может быть плодотворно использована в сфере гостиничного и ресторанного хозяйства, поскольку главная функция таких предприятий – удовлетворение потребности в материальных и нематериальных услугах, обеспечение человека полноценным и рациональным отдыхом.

Таким образом, основное предметное поле сервисологии – разработка теории потребностей, на основе которой возможно прогнозирование возникновения новых потребностей человека и, как следствие, моделирование услуг, которые могут удовлетворить эти потребности.

Список источников информации

1. Малюк Л. П. Сервісологія: підручник / Л.П. Малюк, О.М. Варипаєв. – Х.: ХДУХТ, 2011. – 258 с.
2. Малюк Л. П. Сервісологія в системі наукового знання / Л.П. Малюк, О.М. Варипаєв // Економіка. Управління. Інновації. – Вип. 2 (17). – 2016. – С. 124–130.
3. Малюк Л.П., Варипаєв О.М., Варипаєва Л.М. Специфіка та класифікація потреб у сервісології //Scientific letters of the academic society of Michal Baludansky (Košice, Slovakia). 2017. - Vol. 5. - P. 52-55.
4. Maliuk, L., Varypaiev, O., Varypaieva, L. (2019) “Serviceology in the hospitality industry”, Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities: collective monograph, in 2 Vol., WSSG, Przeworsk, Vol. 1., pp. 242-251.».