

УДК 658.64

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863.5/29.209713>**Роман КОРСАК,***orcid.org/0000-0001-9245-252X*

доктор історичних наук, професор,  
завідувач кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
(Ужгород, Україна) *korsakr@i.ua*

**Галина КОЛІСНИК,***orcid.org/0000-0003-1417-6608*

доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
(Ужгород, Україна) *halyna.kolisnyk@uzhnu.edu.ua*

**Іван ГОДЯ,***orcid.org/0000-0001-4027-8811*

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
(Ужгород, Україна) *dz2352@gmail.com*

## ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ РЕСТОРАННОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Стаття присвячена проблемам формування культури ресторанного обслуговування. Зокрема йдеться про те, що культура обслуговування в ресторанному закладі спрямована на організацію надання якісних послуг та задоволення потреб гостей.

Як уважають автори, підхід до формування культури ресторанного обслуговування полягає в необхідності створення та вдосконалення навчальної культури, яка би сприяла безперервному навчанню на підприємстві та була стабілізуючою функцією щодо набутих знань, умінь та навичок персоналу ресторану. В основі навчальної культури мають бути принципи, що орієнтують колектив ресторану на інтелектуальний розвиток та інтенсивне поширення знань у середовищі підприємства. Водночас обов'язковою умовою виступають інтеграція працівників у життя ресторанного підприємства, мотивація творчості тощо.

Важливим аспектом культури ресторанного обслуговування є психологія й етика ресторанного сервісу. Серед завдань психології ресторанного сервісу розроблення методів впливу на гостей для стимулювання здійснення замовлення, вивчення потреб гостей, якими вони керуються під час відвідування ресторану, вивчення попиту на різні страви в залежності від статі, віку й індивідуальних особливостей гостей.

Окремі аспекти організаційної культури ресторанного закладу треба реалізовувати так, щоб, з одного боку, задовольняти економічні інтереси підприємства, а з іншого боку, враховувати запити споживачів цих послуг, удосконалювати культуру обслуговування відвідувачів, забезпечувати відвідувачів здоровим харчуванням, дотримуватись прийнятних цін на ресторанный послуги, діяти в межах трудового права щодо персоналу ресторану, удосконалювати пристосування для обслуговування людей із фізичними вадами.

Для розв'язання наукових завдань, що стосуються аналізу проблем формування культури ресторанного обслуговування, застосовано загальнонаукові методи, зокрема: логічний і аналітичний, метод узагальнення, метод систематизації та класифікації, метод дедукції та індукції, метод синтезу й аналізу, метод порівняння тощо.

**Ключові слова:** ресторан, культура ресторанного обслуговування, ресторанный заклад, психологія й етика ресторанного сервісу.

**Roman KORSACK,***orcid.org/0000-0001-9245-252X*

Doctor of Historical Sciences, Professor,  
Head of the Department of Tourism Infrastructure and Hotel and Restaurant Industry  
of Uzhhorod National University  
(Uzhgorod, Ukraine) *korsakr@i.ua*

**Halyna KOLISNYK,**

*orcid.org/0000-0003-1417-6608*

*Doctor of Economics, Professor;*

*Professor of the Department of Tourist Infrastructure and Hotel and Restaurant Management*

*Uzhhorod National University*

*(Uzhhorod, Ukraine) halyna.kolisnyk@uzhnu.edu.ua*

**Ivan GODYA,**

*orcid.org/0000-0001-4027-8811*

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor;*

*Associate Professor of Tourism Infrastructure and Hotel and Restaurant Management*

*Uzhhorod National University*

*(Uzhhorod, Ukraine) dz2352@gmail.com*

## FORMATION OF CULTURE OF RESTAURANT SERVICE

*The article is devoted to the problems of forming the culture of restaurant service. In particular, it is said that the culture of service in the restaurant is aimed at organizing the provision of quality services and meeting the needs of the guest.*

*According to the authors, the approach to the formation of organizational culture of the restaurant is the need to create and improve the training culture, which would promote the phenomena of lifelong learning in the enterprise and would be a stabilizing function of the acquired knowledge, skills and abilities of restaurant staff.*

*The basis of educational culture should be the principles that guide the restaurant staff to intellectual development and intensive dissemination of knowledge in the enterprise. The integration of employees into the life of the restaurant company, motivation for creativity, etc. are a prerequisite.*

*An important aspect of the culture of restaurant service is the psychology and ethics of restaurant service. Tasks of restaurant service psychology include developing methods of influencing the guest to stimulate the order, studying the needs of guests, which they are guided by when visiting the restaurant, studying the demand for different dishes depending on gender, age and individual characteristics of guests.*

*Some aspects of the organizational culture of the restaurant should be implemented so that, on the one hand, meet the economic interests of the enterprise, and on the other hand, take into account the demands of consumers of these services, in particular, improve the culture of customer service, provide healthy food, to act within the labor law in relation to the restaurant staff, to improve the facilities for the service of people with physical disabilities.*

*General scientific methods were used to solve scientific problems related to the analysis of problems of restaurant service culture formation, in particular: logical and analytical, generalization method, systematization and classification method, deduction and induction method, synthesis and analysis method, comparison method, etc.*

**Key words:** *restaurant, culture of restaurant service, restaurant establishment, psychology and ethics of restaurant service.*

**Постановка проблеми.** Нині організаційна культура вітчизняних ресторанних закладів націлена на ринок ресторанних послуг. Водночас ринок визначає виробничий процес ресторану. Ресторан, у свою чергу, надає можливість впливати на ринок своєю виробничо-комерційною діяльністю та рекламою. Ринок ресторанних послуг насамперед визначається наявністю споживачів ресторану. Безсумнівно, успіх ресторану залежить не стільки від виробничих потужностей, скільки від кількості гостей. Звідси логічно випливає, що за відсутності відвідувачів ресторанному господарству не потрібні будуть навіть найдосконаліші виробничі потужності. Уважаємо, що в центрі ринку організаційної культури ресторанних послуг повинні бути відвідувачі з їхніми різноманітними потребами, смаками та побажаннями. Тому в основі діяльності ресторанів має лежати принцип ефективного обслуговування споживачів. Інакше кажучи, необхідно знати потреби

споживача, допомагати йому відчувати естетичне задоволення від пропонованих страв і напоїв, намагатися зробити його постійним гостем. Діяльність усіх підрозділів ресторану повинна мати одну мету – турботу про гостя. Отже, організаційна культура ресторанного закладу передбачає найвищий сучасний рівень розвитку процесу обслуговування відвідувачів ресторану.

**Аналіз досліджень.** Зазначимо, що проблеми покращення формування культури ресторанного обслуговування досить широко розглянуті у вітчизняній літературі. Окремі аспекти, що стосуються надання ресторанних послуг, розглянуто А. Усіною (Усіна, 2014). Взаємозв'язок ресторанного господарства зі сферою туризму та проблеми розвитку ресторанних мереж досліджуються А. Аветісовою (Аветісова, 2002; Аветісова, 2005). Конкурентоспроможність ресторанних закладів розглядається В. Антоною (Антонова, 2007). Серед праць, які комплексно розглядають

різні аспекти розвитку ресторанного господарства, необхідно виділити вітчизняні посібники, зокрема В. Архіпова (Архіпов, 2007; Архіпов, Русавська, 2009), ін.

**Мета статті** – комплексно дослідити шляхи формування культури ресторанного обслуговування. Для реалізації мети нами було визначено такі завдання: дослідити теоретичну базу культури ресторанного обслуговування, зробити обґрунтовані висновки щодо проведеної роботи, проаналізувати вітчизняні та закордонні наукові джерела з даної проблематики.

**Виклад основного матеріалу.** У визначенні терміна «культура ресторанного обслуговування» простежується те, що під час її формування в ресторанному закладі дії персоналу повинні бути спрямовані на забезпечення комфорту відвідувачів, отримання ними якісних послуг харчування.

До узагальненого поняття «культура ресторанного обслуговування» входять такі складники:

- безпека відвідувачів;
- екологічність під час обслуговування;
- знання стандартів щодо подачі страв і напоїв;
- знання стандартів сервірування столу тощо (Гірняк, 2018: 50–55).

Культура обслуговування в ресторані спрямована на організацію якісних послуг і задоволення потреб гостя. На наш погляд, підхід до формування організаційної культури ресторану полягає в необхідності створення та вдосконалення навчальної культури, яка б сприяла безперервному навчанню на підприємстві та була стабілізуючою функцією щодо набутих знань, умінь та навичок персоналу зазначеного ресторану.

В основі навчальної культури мають бути принципи, що орієнтують колектив ресторану на інтелектуальний розвиток та інтенсивне поширення знань у середовищі підприємства. Водночас обов'язковою умовою виступають інтеграція працівників у життя ресторану, мотивація творчості тощо.

Для організаційної культури обслуговування ресторанного закладу характерна сукупність норм поведінки та цінностей, що є спільними для всіх співробітників закладу. Зазначене підвищує конкурентоспроможність ресторану. В організаційній культурі ресторанного сервісу виокремлюють такі джерела її формування:

- систему особистих цінностей;
- підходи до організації діяльності, що об'єктивно втілюють певні ціннісні принципи ресторанного закладу;
- уявлення про оптимальну поведінку колективу ресторану, що відображають систему внутрішніх цінностей (Антонова, 2007: 54–57).

Організаційна культура тісно пов'язана з культурою обслуговування в ресторанній діяльності та формує її. Оцінювання рівня та якості в організаційній культурі, на наш погляд, сприятиме вдосконаленню культури обслуговування в будь-якому ресторанному закладі. Визначальну роль у формуванні організаційної культури в ресторанному закладі відіграють такі чинники:

- підбір персоналу. Уважаємо, що вирішальним принципом відбору кандидата на посаду в ресторані мають бути рівень його особистої культури, його бачення співпраці з колегами в ресторанному закладі;
- діяльність керівництва ресторану, що передбачає відповідне навчання персоналу, спілкування тощо;
- культурна адаптація та її основні стадії. Доцільно періодично оцінювати рівень та проблеми адаптації в житті ресторанного підприємства, шукати шляхи вирішення проблем (Аветісова, 2005: 117–123).

Зазначимо, що на формування якості обслуговування в ресторанному закладі впливають такі чинники:

- а) зовнішні:
  - економічна стабільність;
  - структура ресторанного закладу;
  - науково-технічний прогрес у сфері ресторанного обслуговування тощо;
- б) внутрішні:
  - кадрова політика ресторану;
  - персонал ресторану.

Зазначимо, що в ресторані якість послуг має таку специфіку формування:

- споживання ресторанних послуг переважно збігається з їх виробництвом;
- оцінювання якості послуг можливе лише у процесі надання та споживання;
- ресторанні послуги не підлягають накопиченню чи збереженню (Гірняк, 2017: 226–227).

Для організації культури обслуговування в ресторані існують різні підходи. Одним із сучасних вважається управління якістю. Він передбачає впровадження таких принципів:

- втілення діяльності ресторану, що спрямований на постійний процес удосконалення всіх структурних одиниць ресторану, а також поліпшення якості послуг;
- проведення регулярного навчання персоналу з метою вдосконалення його кваліфікаційних навичок;
- формування позитивного іміджу ресторанного закладу;
- відкритість до інновацій (П'ятницька, Коваленко, 2004: 76–82).

На нашу думку, окремі аспекти організаційної культури ресторанного закладу треба реалізувати так, щоб, з одного боку, задовольняти економічні інтереси підприємства, а з іншого боку, ураховувати запити споживачів цих послуг, зокрема:

- удосконалювати культуру обслуговування відвідувачів;
- забезпечувати відвідувачів здоровим харчуванням;
- дотримуватись прийнятних цін на ресторанный послуги;
- діяти в межах трудового права щодо персоналу ресторану;
- удосконалювати пристосування для обслуговування людей із фізичними вадами;
- надавати суттєві знижки на послуги ресторанного закладу для малозабезпечених груп населення;
- створювати можливість для спеціалізованого харчування (спортивне, дієтичне, дитяче тощо);
- сумлінно сплачувати податки;
- забезпечувати прозору діяльність щодо організаційної культури ресторанного обслуговування через соціальні інтернет-мережі (Гірняк, 2018: 50–55).

Важливим аспектом управління організаційною культурою ресторанного господарства є психологія й етика ресторанного сервісу. Психологія ресторанного сервісу – одна з галузей прикладної психології.

Завдання психології ресторанного сервісу такі:

- розроблення методів впливу на гостя для стимулювання здійснення замовлення;
- вивчення потреб гостей, якими вони керуються під час відвідування ресторану;
- вивчення попиту на різні страви в залежності від статі, віку й індивідуальних особливостей гостей.

Отже, можна дати таке визначення психології ресторанного сервісу: під психологією ресторанного сервісу слід розуміти галузь науки, яка вивчає як особливості і роль психічних явищ в обслуговуючій діяльності працівників ресторану, так і особливості поведінки гостей ресторану.

Знання психології ресторанного сервісу допоможе офіціантам ресторану:

– зрозуміти поведінку гостей для вибору найкращого варіанта їх обслуговування;

- пізнати свій внутрішній світ із метою свідомого регулювання своєї поведінки;
- розібратися в поведінці колег для надання їм, за необхідності, психологічної допомоги та підтримки (Антонова, 2007: 54–57; Гірняк, 2018: 50–55).

На нашу думку, знання психології культури ресторанного обслуговування вкрай необхідні передусім офіціантові, бармену, метрдотелю, оскільки їхня діяльність характеризується важливим психологічним змістом. Справді, успішне обслуговування багато в чому залежить, наприклад, від уміння офіціанта зрозуміти індивідуально-психологічні особливості та розпізнати настрої відвідувача. Такий підхід допоможе офіціантові вибрати найкращу тактику його обслуговування.

Зауважимо, що люди відрізняються один від одного різним стилем життя, зокрема й тим, як вони проводять і організують своє дозвілля. Стиль життя характеризує також їхні інтереси, уподобання та погляди, а також те, які послуги і товари вони будуть купувати. Знання стилю життя дозволяє зрозуміти і змодельовати споживчу поведінку різних відвідувачів, допомагає розробляти оригінальні концепції ресторанів.

**Висновки.** Підхід до формування культури ресторанного обслуговування полягає в необхідності створення та вдосконалення навчальної культури. Також в основі культури ресторанного обслуговування мають бути принципи, що орієнтують колектив ресторану на інтелектуальний розвиток та інтенсивне поширення знань у середовищі підприємства. Водночас обов'язковими умовами виступають інтеграція працівників у життя ресторану, мотивація творчості тощо.

Отже, оцінювання рівня та якості в організаційній культурі, на наш погляд, сприятиме вдосконаленню культури обслуговування у вітчизняних ресторанах. Уважаємо, що визначальну роль у формуванні організаційної культури в ресторанному закладі відіграють такі чинники: підбір персоналу, діяльність керівництва ресторану та культурна адаптація.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аветісова А. Підприємства харчування у системі туризму. Донецьк : ДонДУЕТ, 2002. 165 с.
2. Аветісова А. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2005. № 28. С. 117–123.
3. Антонова В. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства в умовах становлення ринку. *Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України*. 2007. № 1 (21). С. 54–57.

4. Архіпов В. Організація ресторанного господарства : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ : Центр учбової літератури ; фірма «Інкос», 2007. 280 с.
5. Архіпов В., Русавська В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарств : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 342 с.
6. Гірняк Л. Сучасні аспекти управління якістю у закладах готельно-ресторанного комплексу. *Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції* : матеріали Щорічної наукової конференції професорсько-викладацького складу та аспірантів Львівського торговельно-економічного університету. Львів : вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2017. С. 226–227.
7. Гірняк Л. Формування культури та якості обслуговування у готельно-ресторанних підприємствах. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2018. Вип. 21 (1). С. 50–55.
8. П'ятницька Н., Коваленко А. Теоретичні та практичні аспекти конкуренції у ресторанному бізнесі. *Ресторанне господарство та туристична індустрія у ринкових умовах*. Київ: КНТЕУ, 2004. С. 76–82.
9. Усіна А. Організація послуг харчування : навчальний посібник. Харків : ХНУМГ, 2014. 183 с.

## REFERENCES

1. Avetisova A. O. Pidpry'emstva xarchuvannya u sy'stemi tury'zmu. [Catering companies in the tourism system]. Donetsk : DonDUET, 2002. 165 p. [in Ukrainian].
2. Avetisova A. O. Restoranni merezhi: konkurentni perevagy', problemy', perspekty'vy' rozvy'tku. [Restaurant chains: competitive advantages, problems, prospects]. Bulletin of socio-economic research. 2005. № 28. S. 117–123. [in Ukrainian].
3. Antonova V. A. Konkurenciya i upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpry'emstv restorannogo gospodarstva v umovax stanovlennya ry'nku. [Competition and management of the competitiveness of the restaurant industry in a market]. Scientific Bulletin of Poltava University of Consumer Cooperation of Ukraine. 2007. № 1 (21). Pp. 54–57. [in Ukrainian].
4. Arxipov V. V. Organizaciya restorannogo gospodarstva : navchal'ny'j posibny'k dlya studentiv vy'shhy'x navchal'ny'x zakladiv. [Organization of restaurant business]. K. : Center for Educational Literature; Firm "Inkos", 2007. 280 p. [in Ukrainian].
5. Arxipov V. V., Rusavs'ka V. A. Organizaciya obslugovuvannya v zakladax restorannogo gospodarstv: navchal'ny'j posibny'k. [Organization of service in restaurants]. K. : Center for Educational Literature, 2009. 342 p. [in Ukrainian].
6. Girnyak L. I. Suchasni aspekty' upravlinnya yakisty u zakladax gotel'no-restorannogo kompleksu. [Modern aspects of quality management in the hotel and restaurant complex]. Current issues of economics and trade in modern conditions of European integration: Proceedings of the annual scientific conference of faculty and graduate students of Lviv University of Trade and Economics. Lviv : Lviv University of Trade and Economics, 2017. P. 226–227. [in Ukrainian].
7. Girnyak L. I. Formuvannya kul'tury' ta yakosti obslugovuvannya u gotel'no-restoranny'x pidpry'emstvax. [Formation of culture and quality of service in hotel and restaurant enterprises]. Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International economic relations and the world economy. 2018. Vip. 21 (1). Pp. 50–55. [in Ukrainian].
8. P'yatny'cz'ka N. O., Kovalenko A. M. Teorety'chni ta prakty'chni aspekty' konkurenciyi u restorannomu biznesi. [Theoretical and practical aspects of competition in the restaurant business]. Restaurant industry and tourism industry in market conditions. KNTEU, 2004. S. 76–82. [in Ukrainian].
9. Usina A. I. Organizaciya poslug xarchuvannya : navchal'ny'j posibny'k. [Organization of food services]. Kharkiv : KhNUMG, 2014. 183 p. [in Ukrainian].