

УДК 338.48(477.74)

**Мазуркевич І.О.**, к.е.н.,  
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
*Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету*

**Лук'янець А.В.**, старший викладач  
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
*Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету*

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КУЛЬТУРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

**Мазуркевич І.О., Лук'янець А.В. Теоретичні аспекти культури обслуговування у закладах готельно-ресторанного господарства.** Статтю присвячено вивченню та узагальненню наявних підходів до визначення сутності поняття «культура обслуговування» у закладах готельно-ресторанного господарства. Визначено основні характерні ознаки, що притаманні культурі обслуговування на підприємствах індустрії гостинності.

**Ключові слова:** культура обслуговування, заклад готельно-ресторанного господарства, готельно-ресторанний бізнес, якість послуг.

**Мазуркевич І.О., Лук'янець А.В. Теоретические аспекты культуры обслуживания на предприятиях отельно-ресторанного бизнеса.** Статья посвящена изучению и обобщению существующих подходов к определению сущности понятия «культура обслуживания» на предприятиях отельно-ресторанного бизнеса. Определены основные характерные признаки, характерные для культуры обслуживания на предприятиях индустрии гостеприимства.

**Ключевые слова:** культура обслуживания, отельно-ресторанный бизнес, предприятия отельно-ресторанного бизнеса, качество услуг.

**Mazurkevych I.O., Lukianets A.V. Theoretical aspects of service culture at enterprises of the hotel and restaurant business.** This article is devoted to the study and synthesis of existing approaches to the definition of the essence of “service culture” at enterprises of the hotel and restaurant business. The main characteristic features peculiar for the service culture at enterprises of the hospitality industry are identified.

**Key words:** service culture, hotel and restaurant business, enterprises of hotel and restaurant business, service quality.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах господарювання перспективи розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу визначаються, головним чином, якістю наданих послуг, одним зі складників якої є культура обслуговування. Це пов'язано з тим, що підприємства на ринку готельно-ресторанних послуг мають ідентичний рівень технічної оснащеності, використовують аналогічні технології приготування страв, тобто якість виготовленої ними продукції сприймається як базовий стандартний складник послуги. Відповідно, якість та культура обслуговування стають ключовими чинниками конкурентоспроможності підприємств готельного та ресторанного бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Істотний внесок у розвиток теорії якості у сфері послуг, зокрема оцінки й управління якістю, зробили Л. Беррі, К. Гренроос, П. Грін, Е. Демінг, Ст. Зейтхамл, К. Лавлок, Ж.-Ж. Ламбен, Ф. Котлер, З.О. Некрасова, Е.В. Новаторів та ін. Серед наукових праць, в яких закладений теоретичний фундамент дослідження розвитку ресторанного господарства, слід виділити

роботи: Л.П. Баскова, А.Т. Васюкова, М.В. Виноградова, Л.П. Дашкова, О.П. Єфімової, Р.М. Зайко, А.В. Ісаєнко, М.Р. Крісті, Л.С. Кучера, В.М. Ройзмана, А. М. Чернишова та ін. Проте сьогодні немає єдності щодо визначення самого поняття «культура обслуговування в закладах готельно-ресторанного» господарства та її характерних специфічних ознак.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є вивчення та узагальнення наявних підходів до визначення сутності культури обслуговування на підприємствах індустрії гостинності.

**Виклад основних результатів.** Культура обслуговування – це невід'ємна частина загальної культури суспільства, її слід розглядати як певний рівень розвитку процесу обслуговування, що одержує вираження в психологічних, етичних, естетичних, організаційно-технічних та інших аспектах. Вона формується кожним підприємством та залежить від специфіки його господарської діяльності. Прояв високої культури обслуговування визначається через поведіння персоналу, що чітко знає, як діяти

## Параметри якості та культури обслуговування

| Параметр   | Параметр із погляду якості обслуговування  | Параметр із погляду культури обслуговування  |
|--|--|--|
| 1. Зовнішнє оформлення   | Дотримання правил під час зовнішнього оформлення, якість оформлення  | Привабливість, впізнаваність, відповідність оформлення концепції закладу готельно-ресторанного господарства                    |
| 2. Естетика інтер'єру  | Дотримання ширини проходів, відповідність концепції, зручність розташування меблів/обладнання, відповідність нормативам ДСТУ | Естетика інтер'єру з погляду задоволення психофізіологічних потреб споживача та його психологічного стану                      |
| 3. Обслуговування  | Швидкість обслуговування. Знання і дотримання персоналом етичних норм та правил під час обслуговування                       | Швидкість обслуговування, знання і дотримання персоналом етичних норм та правил під час обслуговування                         |
| 4. Сервірування столу  | Грамотна сервіровка столу  | Красива сервіровка столу   |
| 5. Безпека і екологічність під час обслуговування  | Забезпечення та дотримання правил безпеки та екологічності під час обслуговування  | Почуття безпеки і екологічності під час обслуговування відвідувача   |
| 6. Наявність достатньої кількості столового посуду, приладів, столової білизни, меблів і т. д. | Наявність достатньої кількості столового посуду, приладів, столової білизни, меблів  | Наявність достатньої кількості столового посуду, приладів, столової білизни, меблів і т. д. (безперебійність в обслуговуванні) |
| 7. Обслуговуючий персонал  | Особиста гігієна обслуговуючого персоналу  | Зовнішній вигляд   |
| 8. Санітарний стан приміщень, столового посуду, столової білизни, спецодягу, обладнання        | Санітарний стан приміщень, столового посуду, столової білизни, спецодягу, обладнання   | Санітарний стан приміщень, столового посуду, столової білизни, спецодягу, обладнання   |
| 9. Музичний супровід   | Якість музичного супроводу   | Задоволеність музичним супроводом  |
| 10. Асортимент послуг  | Широта послуг, повнота, стійкість асортименту  | Привабливість асортименту  |

Джерело: сформовано на основі [8]

в будь-якій ситуації і що від нього чекають покупці, керівництво.

У широкому розумінні культуру обслуговування пов'язують із такими поняттями, як «якість обслуговування», «рівень обслуговування», «сервіс обслуговування». Стосовно підприємств індустрії гостинності, то можна з упевненістю стверджувати, що в основі цих понять лежить турбота про споживача, забезпечення його необхідними потребами з найвищим рівнем комфорту та з найменшими витратами часу.

Вперше поняття «якість» було вивчено Аристотелем у III ст. до н. е. та визначено як розходження між предметами або диференціацію за ознакою «хороший – поганий». Міжнародний стандарт ISO 8402 визначає якість як «сукупність властивостей і характеристик об'єкта, що відносяться до його здатності задовольнити встановлені або передбачувані потреби». Таким чином, вимоги, що висуваються споживачами до обслуговування, безпосередньо впливають з їхніх потреб [7].

У 1970–1980-х роках проблему якості та культури обслуговування розглядали багато відомих економістів. Тим не менше зміст цього поняття залишається багато в чому дискусійним, а в сучасних ринкових умовах потребує нового переосмислення. Низка авторів під час оцінки якості обслуговування

визначала її як повну відповідність потребам і очікуванням споживачів, при цьому вказуючи, що культура обслуговування – це здатність галузі найбільш повно, з дотриманням суспільних інтересів задовольняти вимоги споживачів.

О.В. Памбухчянц розуміє під культурою обслуговування організаційну культуру, спрямована на обслуговування покупців на основі вироблення певних правил, процедур, практичних навичок і вмінь. Для покупців, що входять до закладу готельно-ресторанного господарства, формування культури обслуговування починається з привітної посмішки офіціанта, із затишної атмосфери, з чистоти та порядку, з достатньої кількості асортименту страв у меню [4]. Включення того чи іншого елемента в характеристику понять «якість обслуговування», «культура обслуговування» не має достатнього обґрунтування й є спірним. Слід зазначити, що більшість дослідників у галузі ресторанного бізнесу в поняття культури обслуговування включає той чи інший стиль та метод організації обслуговування споживачів. На нашу думку, розглядати ці поняття як синоніми не зовсім вірно, оскільки стиль та метод обслуговування споживачів є певними складниками культури обслуговування, що впливають на якість обслуговування в закладі у цілому. Таким чином, поняття «якість

обслуговування» та «культура обслуговування» не є тотожними та залежать від низки об'єктивних та суб'єктивних параметрів. Нами акцентовано на необхідності розгляду якості обслуговування з погляду об'єктивного впливу (відповідність загальноприйнятим стандартам, правилам етикету тощо), тоді як параметри культури – з погляду суб'єктивної думки та враження споживачів.

Отже, під якістю обслуговування нами розуміється сукупність об'єктивно оцінюваних параметрів, які підтверджуються ступенем їх відповідності встановленим вимогам та стандартам, спрямованим на задоволення потреб споживачів. Під культурою обслуговування розуміється сукупність параметрів, спрямованих на задоволення потреб споживачів, оцінюються на рівні сприйняття (суб'єктивної думки). Один і той самий параметр може бути віднесений як до якості, так і до культури обслуговування. При цьому культура обслуговування безпосередньо оцінюється споживачем, а якість обслуговування – експертами.

Споживач не завжди може оцінити якість обслуговування, оскільки для цього потрібно знати нормативи, вимоги, стандарти. Наприклад, у закладі ресторанного господарства споживач може почувати себе безпечно, але при цьому не знати про те, що охорона не компетентна, а правила пожежної безпеки не відповідають вимогам. Тобто саме поняття «мене обслужили якісно» з точки зору споживача може бути свідомо помилковим, тому необхідно говорити, насамперед, про культуру обслуговування. Оцінити, якісно або не якісно обслужили споживача, може тільки експерт.

У більш широкому понятті складниками якості і культури обслуговування є всі чинники, що визначають рівень комфортності обслуговування: температурний режим, освітленість, інтер'єр, розміщення закладу готельно-ресторанного господарства, планувальні рішення і т. д.

Таким чином, рівень якості та рівень культури обслуговування можуть відрізнятися, оскільки вони розглядаються з різних поглядів. Оскільки рівень обслуговування розглядається з погляду споживача, то він може бути дещо завищений щодо рівня якості або, навпаки, деякі параметри можуть бути оцінені нижче лише тому, що вони не відповідають соціокультурним інтересам того чи іншого споживача.

Поняття «культура обслуговування» має відмінні ознаки:

- це суб'єктивний показник, що отриманий на основі думки та сформованого враження у споживача;
- неможливість оцінки відповідності та належного рівня культури обслуговування, оскільки відсутні стандарти та нормативи щодо вражень та емоційного стану споживача готельно-ресторанних послуг;
- відображає рівень фізичного і психологічного комфорту через рівень задоволеності споживача отриманими готельними і ресторанными послугами;

- піддається впливу соціокультурних чинників, що пов'язані із традиціями, звичаями, гостинністю кожної окремої країни.

Культура обслуговування виробляється кожним закладом готельно-ресторанного господарства. В одному закладі вона може бути дуже низькою, в іншому ж – досить високою. Прояв високої культури обслуговування визначається через поведінку персоналу, який чітко знає, як діяти в будь-якій ситуації і що від нього очікують клієнти та керівництво. Висока культура робить усіх працівників закладів готельно-ресторанного господарства цілеспрямованими і змушує з повагою ставитися до свого готелю.

Культура обслуговування – це комплексне поняття, складниками якого є:

- безпека й екологічність під час обслуговування;
- естетика інтер'єру, створення комфортних умов обслуговування;
- знання психологічних особливостей особистості і процесу обслуговування;
- знання і дотримання персоналом естетичних норм обслуговування;
- знання і дотримання персоналом установленого порядку та черговості обслуговування гостей.

Таким чином, одним зі складників культури обслуговування є культура поведінки персоналу. Метою обслуговуючого персоналу є створення відкритої, дружньої атмосфери. Гості та співробітники повинні будувати свої відносини на взаємній повазі. Необхідно забезпечити не лише, щоб кожен гість міг звернутися до будь-якого співробітника готелю чи ресторану зі своїми проблемами і турботами, а й гарантувати реалізацію його сподівань. Саме такий рівень обслуговування є гарантією успіху і конкурентоспроможності на ринку готельних послуг [3].

Важливу роль відіграють і взаємини персоналу між собою. Якщо персонал готелю багатонаціональний, співробітники повинні ставитися один до одного з повагою незалежно від положення і культурних відмінностей. Культура поведінки працівника готельно-ресторанного закладу включає в себе всі боки зовнішньої і внутрішньої культури людини, а саме: правила поведінки, вміння правильно висловлювати свої думки, дотримуватися мовного етикету. Для готельного працівника дуже важливо бути тактовним у взаєминах із гостями, постійно пам'ятати про повагу до людини.

Тактовна поведінка працівників складається з низки чинників. Головний із них – це вміння не помічати помилок і недоліків в поведінці гостей, не акцентувати на них увагу, не виявляти зайвої цікавості до їх одягу, звичаїв, традицій [3].

Загальні правила тактової поведінки працівників готельно-ресторанного закладу:

- не можна ставити непотрібних питань, розповідати про свої справи, проявляти настирливість;
- не можна показувати гостю, чи подобається він тобі чи ні, робити непотрібні зауваження, читати

моралі, висловлювати різні претензії, розпитувати гостей про їхнє особисте життя;

- необхідно поводити себе тактовно;
- не слід розпитувати відвідувачів про мету візиту, а також заходити в номер без дозволу проживаючого.

Тактовність проявляється і в увазі до гостя. Особливо уважними і тактовними треба бути до людей похилого віку, адже вони часто розсіяні, забудькуваті. Гідність і скромність – обов'язкові для готельного працівника риси людського характеру. Якщо скромність вимагає стриманості й такту в спілкуванні, то дисципліна – дотримання встановленого порядку, акуратності, точності. Скромність і дисципліна припускають і високе почуття відповідальності за доручену ділянку роботи [1].

Тривалі контакти гостей з обслуговуючим персоналом іноді призводять до фамільярності, що виходить за рамки службових взаємин. Обслуговуючий персонал повинен пам'ятати завжди, що поверх або кімната покоївок – це, перш за все, службові приміщення, а персонал, зайнятий у зміні, знаходиться при виконанні службових обов'язків [5].

Культура обслуговування в закладах готельно-ресторанного господарства пов'язана і з поняттям культури мовлення. Працівникові необхідно вміти грамотно, ясно викладати свої думки, а також стежити за інтонацією.

Існують певні правила поведінки персоналу готелів:

- працівник повинен демонструвати позитивне ставлення до гостя: показувати повагу, вести бесіду ввічливо, зберігати витримку;
- працівник повинен посміхатися гостю, підтримувати контакт очима;
- потрібно вміти тактовно інформувати гостя і повідомляти йому навіть неприємні новини;
- жоден працівник готелю не має право сперечатися з гостем, навіть через дрібниці;
- проблеми гостя потрібно вирішувати швидко і невідкладно;

- кожен працівник повинен демонструвати впевненість і компетентність;

- працівники готелю повинні нести відповідальність за максимальний рівень чистоти готелю [2].

Обслуговуючий персонал готелю також повинен обов'язково дотримуватися етики ділового спілкування, оскільки діловий етикет визначає взаємини між начальником і підлеглими, між співробітниками всередині установи та відвідувачами.

Усі всесвітньо відомі мережі закладів готельно-ресторанного господарства знамениті своїми високими стандартами обслуговування, адже їх персонал володіє всіма навиками обслуговування та високими професійними навичками. Проте не завжди працівники приходять на підприємство з набутими бездоганними якостями, котрі б давали їм змогу вільно спілкуватися з гостями та допомагати їм у вирішенні всіх важливих питань. Особливо ефективним є проведення тренінгів під час навчання нового персоналу. Ці програми дають можливість ознайомити персонал з умовами, в яких йому потрібно буде працювати. Відомі такі ситуації, коли саме навчання персоналу давало змогу вирішувати проблемні питання, які виникали на підприємстві.

**Висновки.** Таким чином, нами встановлено відмінні та спільні риси між поняттями «якість обслуговування» та «культура обслуговування». У результаті визначено, що ці поняття є взаємозалежними, проте різними за своєю суттю та базою формування. Культура обслуговування – це збірне поняття, котре включає в себе культуру спілкування, культуру поведінки, професійну культуру, корпоративну культуру, бездоганий зовнішній вигляд. Культура обслуговування можна охарактеризувати як вираження базових цінностей і норм в організаційній структурі, системі управління закладом готельно-ресторанного господарства, кадрової політики, що здійснюється в рамках конкретної підприємницької діяльності.

### Список літератури:

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посібник для студ. вищ. навч. закл.; Київський ун-т туризму, економіки і права. К.: Знання України, 2002. 360 с.
2. Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика): підручник. К.: Центр учбової літератури, 2013. 304 с.
3. Малюк Л.П., Варипаєва Л.М. Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі: навч. посіб. Х.: ХДУХТ, 2016. 146 с.
4. Памбухчянц О.В. Технология розничной торговли: Учебник для нач. проф. образ. по проф. «продавец, контролер-кассир»; 2-е изд., перераб.и доп. М.: Маркетинг, 2004. 283 с.
5. Салієв Ш.А. Якість та культура торговельного обслуговування: еволюція підходів до визначення наукових понять. *Вісник РЕА*. 2008. № 3. С. 106–108.
6. Тимирьянова В.М., Жилина Е.В. Качество и культура обслуживания как фактор конкурентоспособности. *Молодой ученый*. 2015. № 9. С. 734–738. URL: <https://moluch.ru/archive/89/17967/>.
7. Шаповал М.І. Менеджмент якості: підручник. Київ: Знання, КОО, 2003. 475 с.