

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-38>

УДК 640.412:658.2

## ГОЛІСТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ: ІНТЕГРАЦІЯ ЗНАНЬ ПРО ТОВАРИ У ГАЛУЗІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

## HOLISTIC APPROACH TO SERVICE QUALITY: INTEGRATING PRODUCT KNOWLEDGE IN THE RESTAURANT INDUSTRY

**Тимчук Світлана Володимирівна**

кандидат економічних наук, доцент,  
Уманський національний університет садівництва  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0331-1173>

**Нещадим Людмила Миколаївна**

кандидат економічних наук, доцент,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9555-0544>

**Tymchuk Svitlana**

Uman National University of Horticulture

**Neshchadym Liudmyla**

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

Голістичний підхід до якості обслуговування є важливим аспектом в галузі ресторанного бізнесу. Інтеграція знань про товари може виявитись ефективним інструментом для поліпшення якості обслуговування. Досліджено фактори, які впливають на якість обслуговування в ресторанному бізнесі. Встановлено необхідність наявності спеціалізованих знань у персоналу ресторану про товари для надання якісного обслуговування. Встановлено взаємозв'язки між знаннями про товари і якістю обслуговування в ресторанному бізнесі. Компетентність персоналу у сфері товарознавства сприяє якісній підготовці та сервісу, що відповідають потребам клієнтів, та створює позитивний досвід відвідування ресторану. Висвітлюються переваги голістичного підходу до якості обслуговування в контексті інтеграції знань про товари, як напряду покращення ефективності процесів обслуговування, забезпечення високої якості продуктів та послуг, збільшення клієнтської задоволеності та залучення нових клієнтів.

**Ключові слова:** якість обслуговування, ресторанний бізнес, товарознавство, конкурентні переваги, персонал, клієнт.

A holistic approach to service quality is an important aspect in the restaurant business. Integrating product knowledge can prove to be an effective tool for enhancing service quality. The study examines factors that influence service quality in the restaurant industry, including professional training of staff, product and ingredient quality, hygiene and safety standards, efficient time management, and customer communication. The need for specialized product knowledge among restaurant staff for delivering quality service is established. Having knowledge about product characteristics, origin, preparation methods, and serving techniques helps the staff meet customer requirements and work efficiently with the products. The study establishes the relationship between product knowledge and service quality in the restaurant business. Staff competency in product knowledge contributes to quality preparation and service that aligns with customer needs, creating a positive dining experience. The main focus of the article is the holistic approach to service quality in the context of integrating product knowledge. The advantages of this approach are highlighted, such as improving service process efficiency, ensuring high-quality products and services, increasing customer satisfaction, and attracting new customers. However, implementing a holistic approach may encounter challenges and obstacles. Insufficient resources, the complexity of updating staff knowledge, technological limitations, and the need for coordination among various process elements can hinder successful integration of product knowledge. In conclusion, the article emphasizes the significance of a holistic approach in enhancing service quality and integrating product knowledge in the restaurant industry. The conducted research will contribute to improving service quality, developing restaurant businesses, and satisfying customer needs.

**Keywords:** service quality, restaurant business, product knowledge, competitive advantages, staff, customer.

**Постановка проблеми.** У сучасному світі якість обслуговування є ключовим фактором успіху в галузі ресторанного бізнесу. Задоволення клієнтів та побудова стійких взаємовідносин з ними стають все більш важливими завданнями для ресторанів у конкурентному середовищі. Щоб забезпечити високу якість обслуговування, необхідно враховувати різні аспекти, включаючи не лише процеси обслуговування, але й знання про товари, які пропонуються.

Однак, досі існує виклик у забезпеченні взаємозв'язку між якістю обслуговування та знаннями про товари в ресторанному бізнесі. Багато ресторанів покладають основний акцент на процеси обслуговування, без належного розуміння та інтеграції знань про товари. Це може призводити до невідповідності між очікуваннями клієнтів щодо якості продукції та наданням послуг.

Таким чином, проблема полягає в тому, як побудувати голістичний підхід до якості обслуговування в ресторанному бізнесі, шляхом інтеграції знань про товари. Це вимагає не лише ефективної організації процесів обслуговування, але й розуміння товарів, їх якості, характеристик та походження. Дослідження в цій області є актуальним і може допомогти ресторанам покращити якість обслуговування, задовольнити потреби клієнтів і забезпечити стабільний успіх у галузі ресторанного бізнесу.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Значний внесок у розвиток теоретичних знань з товарознавства зроблено багатьма вченими, серед яких Т. Ю. Мельник, В. М. Гриньова, П. Д. Дудко, А. Г. Крюк, М. Ф. Савченко тощо. Наукові дослідження щодо важливості удосконалення якості обслуговування у ресторанній сфері можна зустріти в працях О. І. Гриценко, Л. І. Гірняк, В. Б. Сопіга, М. О. Науменко, О. Ю. Завадинської, А. А. Кінчур, Є. В. Деревецького та ін. Проте, потребують подальшого дослідження питання удосконалення якості обслуговування в контексті інтеграції знань про товари у галузі ресторанного бізнесу.

На сучасному етапі функціонування ресторанного бізнесу в Україні спостерігається прогрес у таких інноваційних процесах: перетворення бізнес-процесів, використання «кейтерингу», розвиток творчого напрямку або авторської кухні, застосування технології підвищеного тиску для приготування страв. Також спостерігається впровадження нових розробок у холодильному обладнанні,

таких як швидкозаморожувачі, охолоджувачі-шокери та глибокозаморожувачі. Автоматизація систем управління в ресторанній галузі сприяє появі та розвитку креативної кухні, розширенню набору додаткових послуг, а також використанню безпроводових систем замовлень, що надходять від клієнтів. Завдяки цим нововведенням споживачі закладів харчування можуть задовольнити свої потреби у якісному харчуванні, економії часу і коштів, високому рівні обслуговування, а також отримати можливість відпочити, розважитися і задовольнити спеціальні потреби [1, с. 56]. Зазначаючи всі перераховані нововведення, необхідно враховувати, що персонал ресторану повинен мати необхідні знання щодо процесів приготування та товарознавчих характеристик продуктів й страв, які готуються в ресторані. Варто зазначити, що наразі не надається достатня увага рівню знань персоналу з товарознавства, що значно впливає на якість обслуговування.

**Формулювання цілей статті.** Ресторанний бізнес є однією з найбільш конкурентних галузей, де якість обслуговування є ключовим фактором успіху. За останні роки споживачі стали все вимогливішими щодо якості обслуговування в ресторанах, вимагаючи не лише смачних страв, але й приємного досвіду і високого рівня сервісу. Інтеграція знань про товари у процеси обслуговування може стати суттєвим фактором для поліпшення якості послуг та забезпечення задоволення клієнтів.

Тому вартим уваги залишається виявлення факторів, які впливають на якість обслуговування в ресторанному бізнесі. Дослідження спрямоване на ідентифікацію ключових факторів, які мають визначальний вплив на якість обслуговування в ресторанах. Це допоможе зрозуміти, які аспекти необхідно враховувати при розробці голістичного підходу до якості обслуговування.

Потребують дослідження різні аспекти знань про товари, які є необхідними для надання високоякісного обслуговування в ресторанному бізнесі. Це дозволить визначити основні компетенції та навички, необхідні для персоналу ресторанів. Актуальним є виділення та обґрунтування переваг голістичного підходу до якості обслуговування, зосередженого на інтеграції знань про товари, що допоможе визначити основні переваги та потенціал такого підходу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Якість обслуговування в ресторанному бізнесі є одним з ключових елементів,

що визначають успіх та конкурентоспроможність підприємства. Задоволення клієнтів, їх позитивний досвід та віртуозне виконання їхніх очікувань стають визначальними факторами у збереженні та залученні нових клієнтів. Необхідно оцінювати якість обслуговування з урахуванням того, наскільки воно задовольняє потреби та очікування клієнтів. Одним зі способів, яким можна сформувати конкурентну стратегію для торгового підприємства, є знаходження певної мети аудиторії, яка була б сприятливо налаштована до покупок [2].

У сучасному світі ресторанний бізнес стикається зі зростаючими вимогами та очікуваннями споживачів. Клієнти більш свідомо підходять до вибору ресторану та не тільки оцінюють смак страв, але й звертають увагу на різноманітні аспекти обслуговування, включаючи швидкість, доброзичливість персоналу, якість комунікації та загальну атмосферу в закладі. Культура обслуговування у готельно-ресторанному підприємстві спрямована на забезпечення комфортного надання якісних послуг. Тому поряд із поняттям «культура обслуговування» часто стоїть питання якості послуг та якості обслуговування [3, с. 52].

Забезпечення поліпшення якості обслуговування – досить важкий і тривалий процес. Його успішність залежить від зрілості фахівців із менеджменту у компанії, залучення професіоналів для виконання вузьких специфічних задач, а також ретельного планування для забезпечення якісного обслуговування [4, с. 180]. Тож фактори, які впливають на якість обслуговування в ресторанному бізнесі, можна класифікувати на декілька основних категорій: компетентність персоналу, комунікація, якість продуктів та послуг, середовище та атмосфера, ефективність та швидкість обслуговування. Ці фактори взаємопов'язані та взаємодіють між собою, створюючи загальне враження про якість обслуговування в ресторанному бізнесі. Важливо дослідити та розуміти ці взаємозв'язки для поліпшення процесів обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

Надання якісного обслуговування в ресторанному бізнесі вимагає наявності певних товарознавчих знань, а саме: знання про склад та характеристики продуктів, експертиза у гастрономії, винна експертиза, дієтичні обмеження та особливості харчування, навички дегустації та оцінки якості.

Ресторанний персонал повинен мати глибоке розуміння щодо складу та властивостей продуктів, які використовуються в стравах. Це включає знання про основні інгредієнти, їх походження, вплив на смак та якість страв. Наприклад, знання про різні види м'яса, риби, овочів, спецій і т.д.

Ресторанний персонал повинен бути ознайомлений з різними гастрономічними техніками та кулінарними традиціями. Це дозволяє розуміти способи приготування страв, правильно поєднувати інгредієнти та створювати гастрономічні шедеври. Знання про кулінарні тенденції та новітні інновації також є важливим.

У випадку, коли ресторан має винну карту, персонал повинен мати знання про різні сорти вина, їх походження, властивості, особливості дегустації та правильного сервісування. Це допомагає рекомендувати вина, які гармоніюють зі стравами та задовольняють смакові переваги клієнтів.

Ресторанний персонал повинен бути ознайомлений з різними дієтами (наприклад, вегетаріанськими, веганськими, безглютеновими) та особливостями харчування для клієнтів з алергіями або харчовими обмеженнями. Вміння розпізнавати та рекомендувати відповідні страви, а також забезпечувати правильне харчування для клієнтів із специфічними потребами є важливим аспектом якісного обслуговування. Задля утримання лідерської позиції на ринку здорового харчування доцільно мати ексклюзивно запатентовану власну технологію приготування їжі, що дозволить сформувати стійкі конкурентні переваги у галузі. Згідно зі світовою практикою, можливо впровадження меню «Healthy Eating» у закладах різних форматів. Якщо клієнт прагне зробити свій вибір у ресторані більш здоровим, рекомендується враховувати наступні ключові концептуальні підходи до здорового харчування: уникати використання соусів та заправок для салатів, що містять некорисні олії та масла; надавати перевагу недрібненим продуктам, які зберігають свою цілісність; включати сезонні та місцеві продукти у ваш перелік уподобань та інше [5, с. 24; 6].

Персонал повинен мати навички дегустації та оцінки якості страв. Вони повинні вміти розпізнавати різні смакові нотки, текстури, аромати та бути в змозі оцінити якість приготування страв. Це дозволяє виявляти можливі недоліки та вносити вдосконалення для досягнення вищої якості обслуговування.

Знання про товарознавчі характеристики товарів сприяють підвищенню якості обслуговування в ресторанному бізнесі та забезпеченню задоволення клієнтів. Ресторанні заклади, які мають добре підготовлений персонал з достатніми знаннями про товари, здатні надати клієнтам високоякісний досвід.

Між товарознавством і якістю обслуговування в ресторанному бізнесі існує прямий взаємозв'язок. Основні аспекти взаємозв'язку між знаннями про товари і якістю обслуговування розглянемо на прикладі рисунка 1.

Глибоке розуміння персоналом ресторану складу і властивостей продуктів дозволяє їм здійснювати свідомий вибір у підготовці страв. Це впливає на якість приготування, смакові якості та презентацію страв, що в свою чергу впливає на задоволення клієнтів.

Знання про товари допомагають персоналу розуміти вподобання та потреби клієнтів. Вони можуть надати рекомендації щодо страв, які відповідають смаковим уподобанням клієнтів або враховують їх дієтичні обмеження. Це збільшує задоволення клієнтів і створює персоналізований досвід обслуговування.

Коли персонал ресторану володіє глибокими знаннями про товари, це підвищує їх професійний рівень і довіру клієнтів. Клієнти більш схильні довіряти рекомендаціям та порадам персоналу, якщо вони відчують, що вони володіють експертними знаннями у галузі продуктів і страв. У свою чергу, зна-

ння про товари допомагають персоналу стати більш відповідальними та уважними в процесі обслуговування. Вони можуть відповідати на запитання клієнтів, пояснювати особливості приготування страв та розповісти про їх походження. Це створює позитивний враження та підвищує якість обслуговування. Знання товарознавчих характеристик товарів, які використовуються у виробничому процесі ресторану впливають на якість обслуговування в ресторанному бізнесі, створюючи персоналізований досвід, підвищуючи довіру клієнтів і стимулюючи задоволення від страв та обслуговування.

Голістичний підхід до якості обслуговування, в контексті інтеграції знань про товари, має декілька переваг, які сприяють покращенню якості обслуговування в ресторанному бізнесі (табл. 1).

Таким чином, голістичний підхід до якості обслуговування, який включає інтеграцію знань про товари, має численні переваги, сприяючи покращенню якості обслуговування, задоволенню клієнтів та конкурентоспроможності ресторанного бізнесу. Проте, при впровадженні голістичного підходу до якості обслуговування через інтеграцію знань про товари можуть виникати деякі виклики або перешкоди (рис. 2).

Ресторанний персонал повинен мати достатні знання про характеристики продуктів, їх походження, способи приготування та вплив на смакові властивості страв. Недо-



**Рис. 1. Аспекти взаємозв'язку між товарознавством та якістю обслуговування у ресторанному бізнесі**

*Джерело: розробка автора*



Таблиця 1

**Переваги голістичного підходу до якості обслуговування,  
в контексті інтеграції товарознавства**

<b>Перевага</b>	<b>Характеристика</b>
Покращена ефективність	Голістичний підхід передбачає інтеграцію знань про товари у всі аспекти обслуговування, включаючи планування меню, приготування страв, обслуговування клієнтів та контроль якості. Це дозволяє забезпечити більш ефективну і координовану роботу персоналу, що в свою чергу підвищує продуктивність та рівень обслуговування.
Підвищена якість страв	Інтеграція знань про товари допомагає ресторанам вибирати найкращі інгредієнти, правильно комбінувати їх та готувати страви з високою якістю. Це призводить до покращення смакових якостей, текстур та презентації страв, що задовольняє смакові уподобання клієнтів і сприяє їх задоволенню.
Персоналізований підхід до клієнтів	Знання про товари дозволяють персоналу надати персоналізовані рекомендації та консультації клієнтам. Враховуючи індивідуальні смаки, дієтичні обмеження та преференції клієнтів, ресторан може пропонувати належні страви та обслуговування, що робить досвід візиту більш задовільним та особистим.
Підвищена довіра клієнтів	Голістичний підхід, який враховує знання про товари, сприяє побудові довіри між рестораном та клієнтами. Коли клієнти бачать, що персонал добре орієнтується у продуктах, має глибокі знання про їх характеристики та походження, вони відчувають більшу впевненість у якості обслуговування та продуктів, що збільшує їх задоволення та лояльність до ресторану.
Конкурентна перевага	Ресторани, які успішно впроваджують голістичний підхід до якості обслуговування з інтеграцією знань про товари, можуть отримати конкурентну перевагу на ринку. Висока якість обслуговування, смачні та якісні страви, персоналізований підхід до клієнтів привертають нових клієнтів і зберігають існуючу клієнтську базу.

*Джерело: розробка автора*

статня підготовка персоналу може призвести до неправильного розуміння продуктів та надання неточної інформації клієнтам.

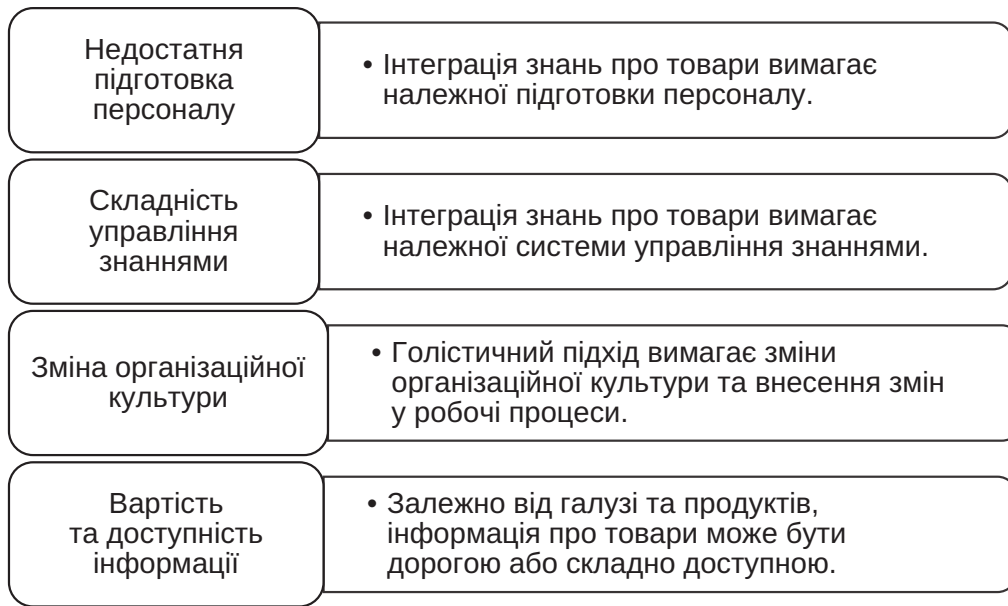
Також ресторанам потрібно забезпечити збір, оновлення та доступ до актуальної інформації про товари для всього персоналу. Це може бути складно з огляду на об'єм і розмаїття інформації про різні продукти, їх характеристики та інші деталі. Важливим в роботі ресторану є створення середовища, де працівники активно займаються оновленням своїх знань, спілкуються та діляться інформацією про товари. Це може потребувати зусиль для залучення та підтримки персоналу в процесі змін.

Часто інформація про органічні продукти або продукти преміум-класу може бути обмеженою та дорогою для отримання, що може створити проблему у забезпеченні належного рівня знань про такі продукти та їх впровадження в ресторанний бізнес.

Врахування цих викликів та перешкод у процесі впровадження голістичного підходу до якості обслуговування з інтеграцією знань про товари допоможе ресторанам забезпечити успішну реалізацію цього підходу та покращити якість обслуговування для клієнтів.

**Висновки.** Отже, для надання якісного обслуговування необхідні знання про товари, такі як характеристики продуктів, їх походження, методи приготування та способи сервірування. Товарознавчі знання допомагають персоналу ефективно працювати з продуктами та задовольняти вимоги клієнтів.

Між знаннями про товари і якістю обслуговування існують тісні взаємозв'язки. Компетентність персоналу у сфері товарознавства дозволяє забезпечувати якісну підготовку та сервіс, що відповідають вимогам клієнтів, та сприяє позитивному досвіду відвідування ресторану.



**Рис. 2. Перешкоди в процесі впровадження голістичного підходу до якості обслуговування через інтеграцію товарознавства**

*Джерело: розробка автора*

Голістичний підхід до якості обслуговування, що базується на інтеграції знань про товари, сприяє покращенню ефективності процесів обслуговування, забезпечує більш точну відповідність потребам клієнтів, збільшує задоволення від обслуговування та сприяє побудові позитивного іміджу ресторану.

Проте при впровадженні голістичного підходу до якості обслуговування через інтеграцію знань про товари можуть виникати певні виклики та перешкоди. До них нале-

жать обмежена доступність деяких знань про товари, необхідність постійного навчання та оновлення знань персоналу, а також вимоги до фінансових та технологічних ресурсів.

Тож впровадження голістичного підходу до якості обслуговування та інтеграції знань про товари у ресторанному бізнесі може стати основою для покращення якості обслуговування, залучення та утримання клієнтів та забезпечення успіху ресторанного підприємства.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Завадинська О. Ю., Кінчур А. А., Деревиський Є. В. Сучасні тенденції впровадження інноваційних форм обслуговування в закладах ресторанного господарства. *Підприємництво і торгівля*. 2019. № 25. С. 54–59.
2. Гриценко О. І. Сутність витрат на якість обслуговування. *Інноваційна економіка*. 2012. №5 (31). С. 133–137.
3. Гірняк Л. І., Сопіга В. Б. Формування культури та якості обслуговування у готельно-ресторанних підприємствах. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Випуск 21, частина 1. С. 50–55.
4. Науменко М. О., Тютюнік О. М. Шляхи забезпечення якісного обслуговування споживачів на підприємствах ресторанного господарства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2011. № 36. С. 179–181.
5. Черевко О. І., Дуденко Н. В., Павлоцька Л. Ф., Димитрієвич Л. Р., Скуріхіна Л. А. Дієтичне харчування : підручник. Харків : ХДУХТ, Світ Книг, 2019. 360 с.
6. Маккуейд. Смачно: мистецтво та наука про те, що ми їмо. Скрібнер, Нью-Йорк, 2015. С. 39–44.

#### REFERENCES:

1. Zavadynska O. Yu., Kinchur A. A., Derevytskyi Ye. V. (2019) Suchasni tendentsii vprovadzhenia innovatsiinykh form obsluhovuvannia v zakladakh restorannoho hospodarstva [Current trends in implementing innovative forms of service in restaurant establishments]. *Entrepreneurship and Trade*, no. 25, pp. 54–59. (in Ukrainian)

2. Hrytsenko O. I. (2012) Sutnist vytrat na yakist obsluhovuvannia [The essence of costs for service quality]. *Innovative economy*, no. 5 (31), pp. 133–137. (in Ukrainian)
3. Hirniak L. I., Sopiha V. B. (2012) Formuvannia kultury ta yakosti obsluhovuvannia u hotelno-restorannykh pidpriemstvakh [The essence of costs for service quality]. *Innovative economy*, no. 5 (31), pp. 133–137. (in Ukrainian)
4. Naumenko M. O., Tiutiunik O. M. (2011) Shliakhy zabezpechennia yakisnoho obsluhovuvannia spozhyvachiv na pidpriemstvakh restorannoho hospodarstva [Ways to ensure quality customer service in restaurant enterprises]. *Bulletin of Transport and Industry Economics*, no. 36, pp. 179–181. (in Ukrainian)
5. Cherevko O. I., Dudenko N. V., Pavlotska L. F., Dymytriiievych L. R., Skurikhina L.A. (2019) Dietychne kharchuvannia: pidruchnyk [Dietary nutrition]. Kharkiv: KHDUHT, Svit Knyh, 360 p. (in Ukrainian)
6. McQuaid (2015). Tasty: The Art and Science of What We Eat. *Scribner*, NY, pp. 39–44.