

УДК 640.43:658.64

Мазуренко А.С.¹, Кукліна Т.С.²

¹ студент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² канд. екон. наук, доцент НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В ТЕМАТИЧНИХ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ РЕСТОРАНАХ

У контексті сучасних тенденцій розвитку індустрії гостинності спостерігається активне переосмислення традиційних підходів до ресторанного обслуговування. Сьогодні гастрономічний досвід усе частіше розглядається не лише як процес задоволення фізіологічних потреб, а як форма емоційної взаємодії між закладом і гостем. У цьому сенсі особливу роль відіграють тематичні концептуальні ресторани – простори, де обслуговування є не просто функціональною складовою, а ключовим інструментом занурення у задану атмосферу, сюжет або культурний контекст.

Актуальність теми полягає в тому, що ринок ресторанних послуг в Україні та у світі поступово трансформується в напрямку досвіду-орієнтованої моделі, де сервіс повинен бути глибоко інтегрованим у загальну концепцію закладу. В умовах постійного зростання конкуренції саме унікальність підходу

до обслуговування стає стратегічною перевагою для підприємства. Цей напрямок має не лише практичну цінність для майбутнього фахівця в галузі ресторанного бізнесу, але й значний потенціал для наукового аналізу та вдосконалення галузевих стандартів. Результати дослідження [1] демонструють, що сприйняття сервісу в тематичних ресторанах має багатоаспектну структуру: важливою є не лише якість обслуговування у традиційному розумінні (швидкість, ввічливість, точність), а й здатність персоналу створити атмосферу, яка відповідає концепції закладу. Автор вводить поняття «досвід занурення» (immersive experience), що виникає завдяки гармонії між дизайном, стилем поведінки працівників і загальною комунікаційною стилістикою [1].

Підтвердженням цьому служить також аналітика з ресурсу Business Broker, де підкреслюється, що концепція – це не лише оформлення інтер'єру, а цілісна стратегія, яка охоплює архітектуру, візуальний контент, меню, мову спілкування персоналу, освітлення й навіть запахи [2].

У межах українського ресторанного ринку спостерігається зростання інтересу до створення подібних тематичних просторів, які вимагають якісно іншого рівня підготовки персоналу. Обслуговування в концептуальному закладі розглядається як частина «вистави», де працівники виконують певні ролі відповідно до задуму.

Вітчизняне дослідження, підкреслює важливість сервісного сценарію як інструменту управління емоційною взаємодією між гостем і закладом [3]. Тут кожен контакт з клієнтом передбачає наявність продуманого поведінкового шаблону, який персонал не лише відтворює, а й інтерпретує з урахуванням конкретної ситуації.

Особливої уваги потребує відповідність між стилістикою сервісу й загальною концепцією. Мова, жестикуляція, форма звертання, навіть невербальні елементи поведінки – усе це має бути органічною частиною загального образу. Відсутність такої єдності знижує емоційний ефект, що негативно впливає на загальне враження від візиту. Найуспішніші приклад [1],

реалізують рольовий підхід: наприклад, у закладах з морською темою офіціанти спілкуються як капітани чи члени екіпажу, вдягнені відповідно до образу, що сприяє глибшому зануренню в атмосферу. У цьому контексті сервіс повинен мати внутрішню логіку, подібну до драматичної побудови. Зустріч з гостем виконує роль експозиції, далі йде розвиток – замовлення, подача, спілкування, і, зрештою, фінал – прощання, подяка, вручення чека.

Така структура створює цілісність сприйняття. Однак вона потребує від персоналу не лише технічних навичок, а й емоційного інтелекту, здатності «читати» гостя, утримувати баланс між увагою й надмірною нав'язливістю. Ці якості неможливо стандартизувати – вони формуються через досвід, цінності бренду і культуру закладу. Крім того, якість обслуговування у таких ресторанах дедалі більше оцінюється не за класичними показниками (час обслуговування, точність замовлення, чистота), а за відчуттями: чи створена атмосфера, чи отримав гість емоційне задоволення, чи відчув себе частиною історії. Така модель ставить перед закладом завдання формування «емоційної послуги», де сервіс є інструментом художнього втілення ідеї [2].

Таким чином, сервісне обслуговування в тематичних концептуальних ресторанах виступає не просто частиною ресторанної діяльності, а стає ключовим елементом, що визначає якість взаємодії між закладом і гостем. Саме обслуговування перетворюється на засіб комунікації і передачі ідеї концепції, формуючи емоційний досвід, заради якого відвідувачі повертаються знову. Для ефективного функціонування концептуального ресторану недостатньо стандартних підходів до обслуговування – потрібна глибока відповідність сервісу тематиці, творче мислення персоналу і вміння створювати емоційний простір.

Список використаних джерел:

1. Chen M.-C. Analysis of experience process for customers of themed restaurants in Taiwan. *Asian Journal of Economics, Finance and Management*. 5(1). 2023. Р. 104–118. URL:

<https://journaleconomics.org/index.php/AJEFM/article/view/222/239>

(дата

звернення: 15.10.2025).

2. Створення унікальної концепції ресторану: як виділитися серед конкурентів. URL: <https://business-broker.com.ua/blog/iak-stvoryty-unikalnu-kontseptsiiu-restoranu-z-nulia/> (дата звернення: 15.10.2025).

3. Митник С. І. Концептуальні підходи до створення ресторану і організації його діяльності. URL: http://journals-lute.lviv.ua/journal/17_2014/12.pdf (дата звернення: 15.10.2025).