

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

**ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ
У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА
(НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ «БАКАРА КАВА»)**

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:

студентка IV курсу
412 групи спеціальності 242 «Туризм»
ОП «Готельно-ресторанний сервіс і туроперейтинг»
Килимник Анна Андріївна
Керівник: доц. Андрусяк Наталя Степанівна

До захисту допущено:

Протокол засідання кафедри

№__ від «__» _____ 2026 р.

Зав. кафедри _____ д. геогр. н., проф. Король О. Д.

Чернівці - 2026

Анотація

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню психологічних аспектів обслуговування туристів у закладах ресторанного господарства. У роботі розглянуто теоретичні засади психології сервісної діяльності, особливості поведінки та потреб туристів як споживачів ресторанних послуг, а також чинники, що впливають на формування позитивного клієнтського досвіду.

Проаналізовано роль комунікативних навичок персоналу, емоційного інтелекту, міжкультурної взаємодії та психологічного комфорту гостей у процесі обслуговування. Досліджено вплив якості сервісу на рівень задоволеності туристів, їхню лояльність та наміри щодо повторного відвідування закладу. На основі проведеного аналізу розроблено практичні рекомендації щодо вдосконалення психологічних аспектів обслуговування туристів у закладах ресторанного господарства.

Ключові слова: турист, ресторанне господарство, психологія обслуговування, сервіс, клієнтський досвід, емоційний інтелект, комунікація, міжкультурна взаємодія, якість обслуговування, лояльність споживачів.

Abstract

The thesis is devoted to the study of psychological aspects of tourist service in restaurant establishments. The paper examines the theoretical foundations of service psychology, the behavioral characteristics and needs of tourists as consumers of restaurant services, as well as the factors influencing the formation of a positive customer experience.

The role of staff communication skills, emotional intelligence, intercultural interaction, and guests' psychological comfort in the service process is analyzed. The study investigates the impact of service quality on tourist satisfaction, customer loyalty, and intentions to revisit the establishment. Based on the conducted analysis, practical recommendations for improving the psychological aspects of tourist service in restaurant establishments are developed.

Keywords: tourist, restaurant industry, service psychology, customer service, customer experience, emotional intelligence, communication, intercultural interaction, service quality, customer loyalty.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ А.А. Килимник

ЗМІСТ

ВСТУП		5
РОЗДІЛ I	ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПСИХОЛОГІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ТУРИЗМІ ТА РЕСТОРАННОМУ СЕРВІСІ	7
1.1.	Сутність та особливості психології гостинності	7
1.2.	Психологічний портрет сучасного туриста, який відвідує кав'ярні	14
РОЗДІЛ II	АНАЛІЗ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ ВЗАЄМОДІЇ ПЕРСОНАЛУ ТА ВІДВІДУВАЧІВ (НА ПРИКЛАДІ БАКАРА КАВА)	22
2.1.	Організаційно-економічна характеристика закладу ресторанного господарства	22
2.2.	Аналіз системи сервісного обслуговування та поведінкових типів клієнтів-туристів	29
2.3.	Дослідження конфліктних ситуацій та методів їх розв'язання в процесі обслуговування	35
РОЗДІЛ III	ПСИХОЛОГІЧНЕ СПРИЙНЯТТЯ СЕРВІСУ ТУРИСТАМИ ТА ПЕРСОНАЛОМ КАВ'ЯРНІ БАКАРА	41
3.1.	Аналіз результатів опитування туристів щодо якості психологічного клімату в закладі	41
3.2.	Дослідження психологічної готовності персоналу до роботи з різними категоріями туристів	47
РОЗДІЛ IV	ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ СЕРВІСУ КАВ'ЯРЕНЬ	55
4.1.	Розробка тренінгової програми для персоналу щодо підвищення стресостійкості та емпатії	55

4.2.	Використання методів психологічного розвантаження для запобігання професійному вигоранню працівників	58
ВИСНОВКИ		65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ		67

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах глобалізації та високої конкуренції на ринку туристичних послуг, заклади ресторанного господарства перестають бути просто місцями споживання їжі. Вони перетворюються на центри емоційного розвантаження та культурного досвіду. Успіх ресторанного бізнесу сьогодні залежить не лише від якості кухні, а й від глибини розуміння психологічних потреб споживача. Психологічні аспекти обслуговування стають визначальним фактором формування лояльності туристів, оскільки позитивне сприйняття атмосфери, комунікації з персоналом та відчуття персоналізації сервісу часто важать більше, ніж матеріальні складові послуги.

Особливої актуальності тема набуває в контексті після кризового відновлення сфери туризму, де зростає запит на безпеку, психологічний комфорт та інклюзивність. Невміння персоналу працювати з різними психотипами гостей, ігнорування вербальних та невербальних сигналів, а також низький рівень емоційного інтелекту працівників призводять до репутаційних втрат закладів.

Об'єкт дослідження — заклад ресторанного господарства кав'ярня «Бакара кава».

Предмет дослідження — психологічні особливості, механізми та чинники взаємодії персоналу з туристами, що впливають на якість сервісу та емоційне задоволення гостей.

Мета роботи — теоретично обґрунтувати та практично дослідити психологічні складові обслуговування туристів у кав'ярні «Бакара кава», а також розробити рекомендації щодо покращення психологічного клімату в закладах та підвищення психологічної готовності персоналу до роботи з різними категоріями туристів.

Для досягнення мети поставлено такі **завдання:**

1. Проаналізувати теоретико-методологічні основи психології сервісу в індустрії гостинності, визначивши ключові стратегії підвищення задоволеності клієнтів.
2. Скласти психологічний портрет сучасного туриста як споживача послуг кав'ярень, окресливши його запити щодо цифровізації, сенсорного досвіду, автентичності та інклюзивності сервісу.
3. Дати організаційно-економічну та сервісну характеристику діяльності кав'ярні «Бакара кава» (м. Чернівці) та оцінити її адаптованість до обслуговування туристичних потоків.
4. Провести емпіричне дослідження психологічного клімату в закладі та сприйняття якості сервісу туристами, виявивши потенційні зони просторового та акустичного дискомфорту.
5. Діагностувати рівень психологічної готовності контактного персоналу (бариста) до взаємодії з різними категоріями гостей (зокрема з іноземними туристами, конфліктними клієнтами та людьми з інвалідністю).
6. Розробити комплекс практичних рекомендацій та спеціалізовану тренінгову програму для персоналу, спрямовану на розвиток емпатії, стресостійкості, навичок вирішення конфліктів та профілактику професійного вигорання.

Структура роботи: кваліфікаційна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновку та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПСИХОЛОГІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ТУРИЗМІ ТА РЕСТОРАННОМУ СЕРВІСІ

1.1. Сутність та особливості психології гостинності.

Розуміння основних концепцій психології гостинності передбачає усвідомлення того, що гостинність – це набагато більше, ніж просто виконання таких завдань, як подача їжі чи напоїв; це, по суті, створення середовища, яке сприяє комфорту, довірі та позитивній емоційній енергії для гостей [6]. Це тонке мистецтво вимагає від постачальників послуг бути налаштованими на психологічні потреби людей, формуючи як фізичну, так і емоційну атмосферу, щоб забезпечити незабутні враження. Ключовими елементами психології гостинності є емпатія, активне слухання та передбачення потреб, що сприяє тому, щоб гості відчували себе цінними та зрозумілими. Оволодівши цими основними концепціями, фахівці в індустрії гостинності можуть підняти взаємодію від базового обслуговування до справжнього зв'язку.

Розрізнення психології гостинності від загальної психології є важливим для розуміння її унікальної спрямованості та застосування в галузі. У той час як загальна психологія досліджує універсальну людську поведінку, емоції та когнітивні процеси, психологія гостинності застосовує ці принципи саме до взаємодії з гостями та середовища обслуговування [6].

Дисципліна спирається на фундаментальні психологічні моделі, теоретичні принципи та методи, але адаптує їх для врахування унікальної динаміки умов гостинності. На практиці психологія гостинності підкреслює важливість сприйняття, соціальної взаємодії та емоційного впливу у формуванні задоволеності гостей. Ця спеціалізована перспектива дозволяє фахівцям у сфері гостинності адаптувати свій підхід до конкретних вимог своєї галузі.

Роль психологічних принципів у враженні гостей є центральною для успіху будь-якого закладу гостинності. Використовуючи психологічні знання, постачальники послуг можуть створювати враження, які не тільки відповідають, але й перевершують очікування гостей, сприяючи лояльності та повторним відвідуванням [13]. Наприклад, дотримання основних принципів та правил гостинності, таких як теплота, уважність та персоналізоване обслуговування, безпосередньо впливає на те, як гості сприймають своє перебування. Ключові психологічні стратегії, що використовуються в гостинності, включають:

1. Персоналізація взаємодії, щоб гості відчували себе унікальними
2. Створення гостинної атмосфери, яка знижує стрес
3. Управління очікуваннями гостей за допомогою чіткої комунікації.
4. Передбачення та активне реагування на невисловлені потреби.

У випадку коли ці принципи систематично застосовуються, вони перетворюють рутинне обслуговування на винятковий досвід, підкріплюючи суть гостинності на кожній точці контакту.

Ключові елементи, що впливають на психологію гостинності. Емоційний інтелект відіграє ключову роль у формуванні якості та ефективності обслуговування в індустрії гостинності. Працівники з високим емоційним інтелектом краще підготовлені до розпізнавання та регулювання власних емоцій, а також до сприйняття та належного реагування на емоції гостей, що може значною мірою вплинути на загальний досвід обслуговування гостей [14]. Ця здатність дозволяє обслуговуючому персоналу спокійно справлятися зі складними ситуаціями та адаптуватися до різних емоційних станів гостей, зрештою сприяючи створенню більш гостинної та позитивної атмосфери. Ключові переваги високого емоційного інтелекту в закладах гостинності включають: покращені навички комунікації та вирішення конфліктів, більша здатність передбачати потреби гостей, покращена командна робота між співробітниками. Ці якості не лише сприяють індивідуальній

взаємодії, але й формують ширшу культуру обслуговування, роблячи емоційний інтелект наріжним каменем успішної гостинності. Емпатія є ще одним важливим елементом психології гостинності, оскільки вона дозволяє персоналу щиро розуміти та ділитися почуттями своїх гостей, що призводить до більш змістовної та персоналізованої взаємодії. Коли фахівці з гостинності виявляють емпатію, вони здатні встановлювати глибший зв'язок, реагуючи на конкретні проблеми та вподобання гостей таким чином, що перевищує стандартні очікування щодо обслуговування [15]. Такий емпатичний підхід не лише покращує задоволеність гостей, але й сприяє лояльності та позитивним рекомендаціям з уст в уста. Активно слухаючи та демонструючи розуміння, персонал може перетворити звичайні зустрічі на незабутні враження, виділяючи свій заклад на конкурентному ринку.

Культурна чутливість стає дедалі важливішою в сучасній готельній індустрії, враховуючи різноманітне походження гостей та глобальний характер галузі. Фахівці з гостинності повинні враховувати культурні відмінності в стилях спілкування, звичаях та очікуваннях, щоб надавати послуги, які є одночасно шанобливими та адаптованими до індивідуальних потреб [16]. Це передбачає постійну освіту та підвищення обізнаності, а також гнучкість в адаптації протоколів обслуговування для врахування широкого спектру культурних уподобань. Надаючи пріоритет культурній чутливості, організації можуть уникнути непорозумінь та створити інклюзивну атмосферу, де всі гості почуваються цінними. Це зобов'язання щодо культурної свідомості не лише підвищує задоволеність гостей, але й зміцнює репутацію постачальника послуг гостинності в мультикультурному світі.

Психологічні особливості ефективної гостинності полягають у встановленні довіри та взаєморозуміння з гостями лежить в основі ефективної психології гостинності, оскільки це сприяє створенню гостинної атмосфери, де гості почуваються цінними та зрозумілими. Побудова цього зв'язку передбачає уважне слухання, щире турботу про потреби гостей та прозоре

спілкування, що сприяє відчуттю безпеки та комфорту під час перебування гостя [6]. Ключові стратегії розвитку довіри та взаєморозуміння включають:

1. Персоналізація взаємодії шляхом звертання до гостей на ім'я та згадування попередніх уподобань
2. Демонстрація надійності шляхом оперативного виконання запитів або вирішення проблем
3. Підтримка доступної поведінки, яка заохочує відкрите спілкування.

Такі практики не тільки підвищують задоволеність гостей, але й призводять до повторних покупок та позитивних рекомендацій, зміцнюючи репутацію закладу на конкурентному ринку.

Основними факторами, що формують задоволеність гостей, є персоналізація послуг у сфері гостинності. Вона є одним із ключових чинників задоволеності гостей, оскільки враховує не лише їхні практичні потреби, а й психологічне бажання відчувати визнання, турботу та індивідуальну увагу. Завдяки індивідуальному підходу, наприклад, запам'ятовуванні імені гостя, його вподобань чи особливих подій, персонал може дати гостям відчуття цінності та унікальності. Було показано, що такий індивідуальний підхід значно покращує сприйняття якості та сприяє відчуттю приналежності, що є критично важливим для загальної задоволеності.

Крім того, персоналізація підтримує психологічний комфорт, зменшуючи тривогу та невизначеність, оскільки гості відчують себе зрозумілими та очікуваними. Як результат, постачальники послуг гостинності, які інвестують в індивідуалізований сервіс, як правило, отримують вищу лояльність та позитивні відгуки, що зрештою підкреслює важливість врахування психічних та емоційних аспектів досвіду гостей.

Привітна атмосфера відіграє важливу роль у забезпеченні комфорту гостей, який тісно пов'язаний з психологічним благополуччям. Фізична та соціальна атмосфера закладів гостинності, така як тепле освітлення, привабливий декор та доброзичлива поведінка персоналу, допомагає створити

позитивне перше враження та полегшити будь-який початковий дискомфорт. Гості, які сприймають середовище як безпечне, чисте та привабливе, з більшою ймовірністю розслабляться та повною мірою насолоджуються своїм перебуванням. Ключові елементи, що сприяють створенню гостинної атмосфери, включають:

1. Ввічливе та уважне обслуговування після прибуття
2. Продумані зручності, що передбачають потреби гостей
3. Чітко донесена інформація та вивіски

Ці аспекти разом сприяють відчуттю безпеки дозволяючи гостям почуватися як вдома та підвищуючи їх загальне задоволення від гостинності. Ефективне вирішення скарг гостей за допомогою психологічних підходів є ще одним важливим фактором у формуванні задоволеності в секторі гостинності. Коли виникають проблеми, гості часто відчують розчарування або фрустрацію, які можна пом'якшити завдяки персоналу, який демонструє емпатію, активне слухання та щире бажання вирішити проблему. Психологічні методи, такі як визнання емоцій, підтвердження занепокоєнь та пропонування своєчасних рішень, можуть перетворити негативний досвід на можливість для побудови довіри. Такий підхід не лише вирішує нагальну проблему, але й запевняє гостей, що їхні почуття поважаються, що є важливим для підтримки позитивної репутації та заохочення повторних покупок [6].

Мотивація персоналу є критично важливим фактором позитивних результатів у сфері гостинності, оскільки мотивовані працівники з більшою ймовірністю нададуть винятковий сервіс та сприятимуть незабутньому досвіду гостей. У сфері гостинності мотивація часто розвивається через поєднання фінансових стимулів, визнання та можливостей для професійного зростання, що безпосередньо впливає на залученість та продуктивність персоналу [14]. Коли працівники відчують себе цінними та підтриманими, їхній ентузіазм та відданість перетворюються на більш гостинну атмосферу для гостей. Як результат, мотивований персонал не тільки відповідає, але й

часто перевершує очікування гостей, сприяючи вищому задоволенню та лояльності клієнтів.

Навчання та розвиток психологічних навичок є важливими для персоналу готельного бізнесу, щоб ефективно взаємодіяти з гостями та керувати різноманітними ситуаціями. Комплексні навчальні програми, зосереджені на емоційному інтелекті, активному слуханні та вирішенні конфліктів, забезпечують персонал необхідними інструментами для більш вмілого розуміння та задоволення потреб гостей [14]. Таке навчання підвищує здатність персоналізувати обслуговування та емпатично реагувати на складні обставини. Крім того, постійний коучинг та можливості професійного розвитку гарантують, що персонал залишається адаптивним та готовим до вирішення мінливих вимог середовища гостинності.

Психологічні практики, які застосовують у психології гостинності (поради для власників закладів гостинності):

1. Розвиток справжньої емпатії та активне слухання. Емпатія є основою психології гостинності. Навчіть персонал уважно слухати та реагувати з розумінням, а не лише ввічливо. Наприклад, коли гість ділиться занепокоєнням, визнайте його почуття та запевніть його, що ви розглядаєте його. Лідери галузі, такі як Ritz-Carlton, надають співробітникам можливість вирішувати проблеми гостей на місці, демонструючи щиру турботу та емпатію.

2. Персоналізація враження гостей. Адаптація послуг до індивідуальних уподобань створює незабутнє перебування. Використовуйте дані та спостереження гостей, щоб передбачити потреби, наприклад, запам'ятати улюблений номер гостя, який повертається, або дієтичні обмеження. Наприклад, програма Bonvoy від Marriott використовує профілі гостей, щоб пропонувати персоналізовані рекомендації, підвищуючи лояльність та задоволення.

3. Підтримка постійного позитивного спілкування. Чітка, дружня та професійна комунікація сприяє довірі. Навчіть персонал використовувати позитивну мову, підтримувати зоровий контакт та пропонувати заспокійливу мову тіла. Наприклад, замість того, щоб казати «Це неможливо», скажіть «Дайте мені подивитися, що я можу зробити». Послідовність тону та повідомлень є ключовою, як зазначено у стандартах обслуговування Forbes Travel Guide.

4. Розвиток емоційної стійкості та гнучкості. Фахівці з гостинності часто стикаються з ситуаціями високого тиску або емоційно напруженими ситуаціями. Заохочуйте регулярне навчання з вирішення конфліктів та управління стресом. Наприклад, рольові ігри складних сценаріїв під час командних зустрічей допомагають персоналу залишатися спокійним та зосередженим на рішенні, навіть коли гості засмучені.

5. Створення гостинної атмосфери через командний моральний дух. Щасливий персонал створює щасливих гостей. Створюйте сприятливе робоче місце, де співробітники почуваються цінними та мають сили. Визнавайте досягнення та заохочуйте командну роботу — філософія Hyatt «Ми піклуємося про людей, щоб вони могли бути найкращими» є прикладом цього. Позитивна внутрішня культура проявляється в теплішому, більш автентичному спілкуванні з гостями.

Психологія гостинності відіграє життєво важливу роль у формуванні незабутнього досвіду гостей та сприянні успішному середовищу обслуговування. Розуміючи та застосовуючи основні психологічні принципи, такі як: емоційний інтелект, емпатія та культурна чутливість, постачальники послуг гостинності можуть будувати довіру, керувати очікуваннями та створювати гостинну атмосферу, що підвищує задоволеність гостей. Крім того, зосередження уваги на психологічному благополуччі, мотивації та навчанні персоналу гарантує, що надання послуг залишається високоякісним та емоційно резонансним. Зрештою, інтеграція

психологічних знань у практику гостинності не лише підвищує рівень обслуговування, але й культивує довготривалі стосунки між гостями та постачальниками послуг, що призводить до сталого успіху в галузі.

1.2. Психологічний портрет сучасного туриста, який відвідує кав'ярні.

Коли сучасний турист вирушає на пошуки ідеальної кав'ярні, подорож часто починається з ретельного дослідження як модних популярних місць, так і автентичних місцевих цікавинок. У багатьох міських центрах мандрівників приваблюють кав'ярні, які відображають останні кулінарні тенденції або пропонують унікальну атмосферу, спираючись на різні онлайн-платформи, які допомагають їм зробити свій вибір. Цей процес не лише покращує культурний досвід, але й підтримує креативну економіку, заохочуючи відвідувачів досліджувати заклади, що відзначають інновації та місцевий колорит. Шукаючи як перспективні місця, так і перевірені часом класичні страви, туристи можуть забезпечити собі незабутнє та культурне збагачення свого візиту до кав'ярні. Ще одним важливим фактором у виборі ідеальної кав'ярні є розташування та доступність. Для туристів, які не знайомі з містом, близькість до основних визначних пам'яток, громадського транспорту або популярних районів може суттєво вплинути на максимізацію їхнього часу та задоволення (рис. 1.).

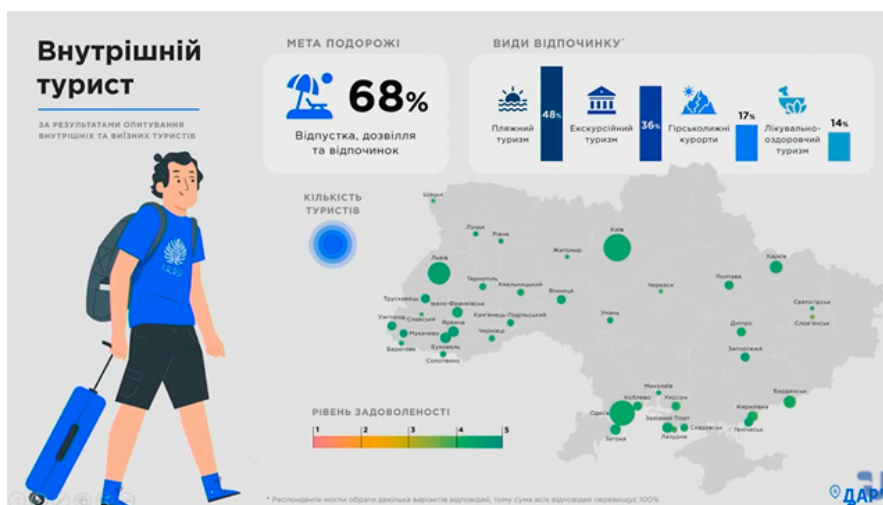


Рис. 1. Рівень задоволеності відпочинком внутрішнього туриста
(за даними ДАРТ)

Рис.1. показує рівень задоволеності внутрішнього туриста відпочинком на території України. Загалом рівень задоволеності є достатньо високим. М.Чернівці не є винятком. За даними опитування та спілкування з гідами туристи задоволені відпочинком у місті та області.

Міркування щодо доступності, такі як доступ для інвалідних візків та чіткі вказівки, також стають дедалі важливішими для мандрівників, які шукають інклюзивного та безбар'єрного відпочинку. Оцінка цих логістичних елементів гарантує, що візит до кав'ярні бездоганно впишеться в добре спланований маршрут та задовольнить різноманітні потреби відвідувачів.

У сучасну цифрову епоху оцінка відгуків та присутності кав'ярні в соціальних мережах стала невід'ємним кроком для туристів, які прагнуть приймати обґрунтовані рішення. Онлайн-платформи, такі як Google, TripAdvisor та Instagram, дозволяють мандрівникам оцінити популярність, атмосферу та пропозиції меню кав'ярні, перш ніж зайти всередину. Примітно, що багато сучасних закладів використовують соціальні мережі, щоб продемонструвати свої страви, підкреслити враження клієнтів та забезпечити прозорість щодо своїх інгредієнтів та цінностей. Цей цифровий досвід допомагає відвідувачам швидко знаходити кав'ярні, які відповідають їхнім уподобанням, одночасно зменшуючи невизначеність, часто пов'язану з відвідуванням нових місць. Це яскраво ілюструє рис.2. За даними Державного агентства з розвитку туризму України понад 50% туристів використовують для пошуку місць відпочинку соціальні мережі.

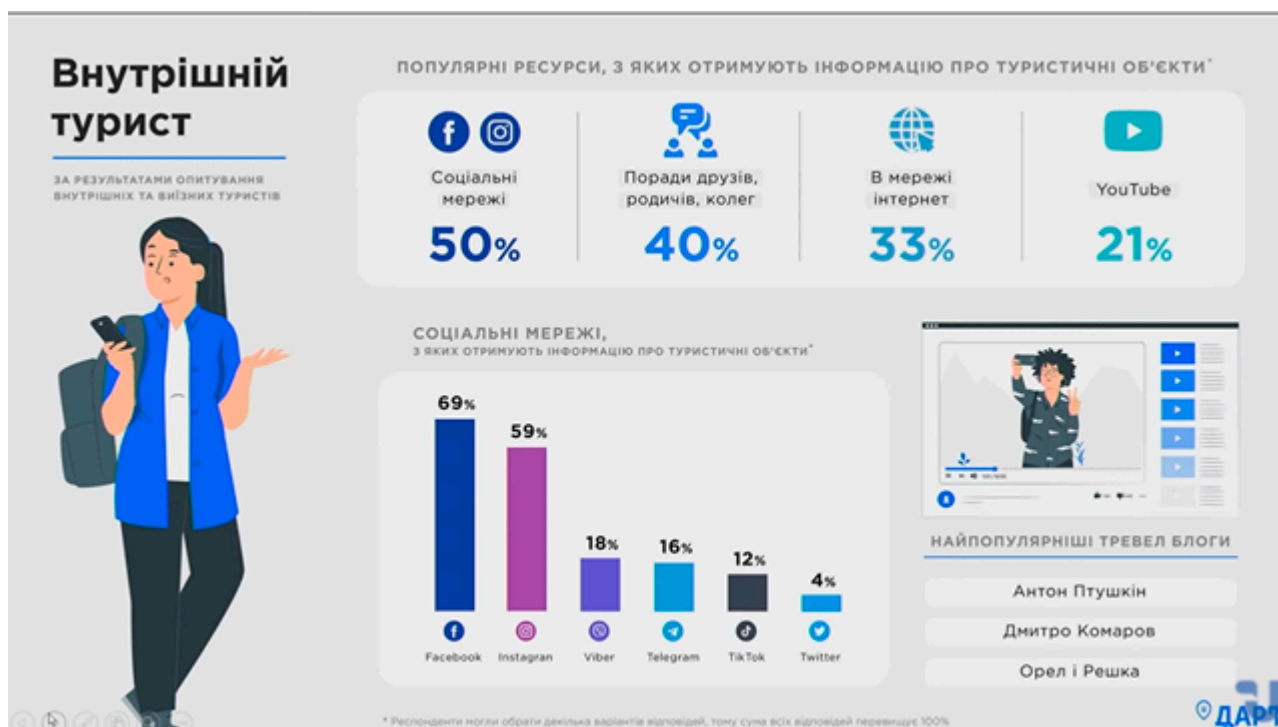


Рис. 2. Джерела інформації про туристичні локації та заклади ресторанного господарства.

Зайшовши до сучасної кав'ярні, турист одразу вражається ретельно підібраним дизайном інтер'єру та унікальною атмосферою, що визначають простір. Від елегантних мінімалістичних меблів до сміливих кольорових палітр та виразних освітлювальних приладів, кожен елемент підібраний для створення незабутнього сенсорного досвіду, адаптованого до сучасних смаків. Дизайнери, такі як Келлі Хоппен, стали відомими своєю здатністю поєднувати комфорт з вишуканістю, створюючи середовище, яке запрошує на затримку та дослідження. Ці ретельно створені інтер'єри не лише задовольняють естетичні вподобання, але й відображають ширші тенденції в гостинності, де як власники, так і відвідувачі прагнуть атмосфери, яка є одночасно функціональною та візуально привабливою [16].

Спілкування з персоналом та іншими відвідувачами ще більше збагачує враження сучасного туриста від відвідування кав'ярні. Привітні бариста часто виступають неформальними гідом, рекомендуючи місцеві страви або ділячись історіями про походження кав'ярні, що допомагає відвідувачам відчути зв'язок зі спільнотою. Розмови з іншими клієнтами можуть призвести

до спонтанного культурного обміну або навіть нових дружніх стосунків. Така взаємодія не лише посилює задоволення від моменту, але й надає цінну інформацію про місцеве життя, звичаї та рекомендації щодо інших місць, які обов'язково варто відвідати.

Для туриста, який бажає повністю зануритися в атмосферу кав'ярні, важливо знати місцеві звичаї та етикет і адаптуватися до них. Чи то дотримання негласних правил щодо черг, чайових чи спільного використання столу, ці дрібні деталі можуть багато розповісти про місцеву культуру та соціальну динаміку. Наприклад, у деяких кав'ярнях може існувати традиція спільного розміщення гостей або практика, за якої клієнти замовляють біля стійки перед тим, як сісти за стіл. Водночас інші заклади можуть робити акцент на повільному та неквапливому насолодженні кавою і випічкою. Дотримання цих звичаїв не лише демонструє повагу до місцевих традицій, а й допомагає туристу органічніше інтегруватися в місцеве середовище, роблячи враження від подорожі більш автентичними та змістовними [20].

Дегустація фірмових напоїв та страв часто є родзинкою для сучасного туриста, який відвідує кав'ярню, надаючи як смак місцевої культури, так і можливість скуштувати унікальні творіння закладу. Багато кав'ярень пишаються тим, що пропонують напої та страви, що відображають регіональні гастрономічні особливості, традиційні рецепти або інноваційні ф'южн-складові, що робить їхнє меню центром уваги для відвідувачів, які шукають автентичності чи новизни. Наприклад, турист може зіткнутися з місцевою смаженою кавою, авторським чаєм або домашньою випічкою, що є ексклюзивними для цього регіону. Ці фірмові страви не лише задовольняють кулінарну цікавість, але й пропонують уявлення про мінливі смаки та творчі амбіції місцевої кулінарної сцени. Роблячи такий вибір, туристи можуть глибше взаємодіяти з дестинацією та створювати незабутні враження через їжу.

Сучасні кав'ярні все частіше задовольняють різноманітні дієтичні вподобання та спеціальні варіанти, гарантуючи, що кожен гість знайде щось відповідне для своїх потреб. Туристи часто шукають безглютенову випічку, веганські десерти або напої на заміну молочним продуктам, і багато закладів відкрито рекламують такі варіанти у своєму меню або на сторінках соціальних мереж. Цей акцент на інклюзивності та прозорості дозволяє відвідувачам робити усвідомлений вибір, водночас почуваючись бажаними гостями та гостинними. Крім того, спеціальні продукти, такі як рослинне молоко або закуски без алергенів, відображають ширші тенденції у сфері здорового харчування та етичного харчування. Завдяки цим пропозиціям кав'ярні позиціонують себе як прогресивні та клієнтоорієнтовані, що приваблює як місцевих жителів, так і мандрівників.

У сучасному світі цифрових технологій туристи, які відвідують кав'ярні, майже завжди документують та діляться своїм досвідом в онлайн-просторі. Фотографування естетично поданих напоїв, унікального інтер'єру чи жвавої атмосфери стало звичною практикою, що не лише зберігає особисті спогади, а й сприяє популяризації кав'ярень у соціальних мережах. Ділячись цими моментами через такі платформи, як Instagram або Facebook, туристи не лише зберігають власні враження, але й роблять свій внесок у цифровий «сарафанний» маркетинг кав'ярні. Така інтеграція технологій дозволяє мандрівникам миттєво передавати свої враження, впливаючи на вибір інших потенційних відвідувачів та підкреслюючи важливість добре організованої онлайн-присутності для кав'ярні в туристичних дестинаціях. Крім того, туристи у 100% випадків використовують онлайн ресурси для планування подорожей, де частка планування із застосуванням онлайн сервісів складає – 80% (рис. 3).

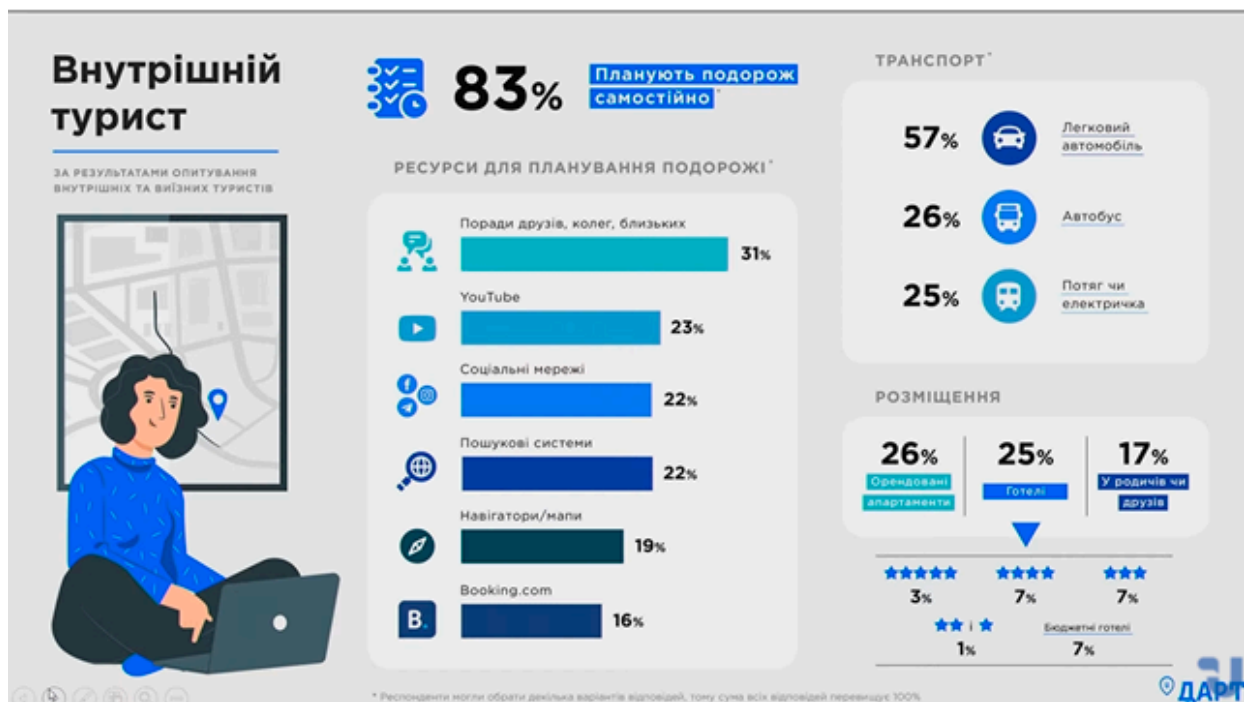


Рис. 3. Ресурси для планування подорожі

Використання цифрових методів оплати є ще однією відмінною рисою досвіду сучасного туриста в кав'ярні. Замість того, щоб покладатися виключно на готівку, відвідувачі тепер очікують безперешкодної оплати за допомогою безконтактних карток, мобільних платіжних додатків і навіть цифрових гаманців. Ця технологічна зручність не тільки пришвидшує транзакції, але й мінімізує мовні бар'єри та труднощі з конвертацією валют для іноземних гостей. Кав'ярні, які пропонують різноманітні варіанти цифрових платежів, демонструють адаптивність та орієнтованість на клієнта, роблячи візит більш комфортним та ефективним для технічно підкованих мандрівників [24].

Доступ до Wi-Fi та цифрових меню ще більше покращує враження сучасних туристів від відвідування кав'ярні. Безкоштовний, надійний Wi-Fi часто є вирішальним фактором при виборі місця для обіду чи відпочинку, оскільки він дозволяє мандрівникам залишатися на зв'язку, планувати свої маршрути або працювати віддалено. Крім того, цифрові меню, до яких часто можна отримати доступ шляхом сканування QR-кодів, забезпечують інтерактивний спосіб ознайомлення з пропозиціями, перегляду зображень, а

іноді навіть налаштування замовлень. Ці інструменти відображають ширшу тенденцію систематичного впровадження технологій у сфері туризму та гостинності, сприяючи більш плавному та приємному відвідуванню кав'ярні для сучасних дослідників.

Повага до місцевих традицій та простору є вирішальним аспектом відповідального туризму, особливо для сучасних туристів, які відвідують кав'ярні в іноземних країнах. Дотримуючись місцевих звичаїв, таких як відповідний дрес-код, етикет та прийнятний рівень шуму, відвідувачі демонструють культурну чутливість та уважність. Такий підхід не лише допомагає зберегти атмосферу, яку плекають місцеві жителі, але й сприяє створенню гостинного середовища для всіх. Крім того, туристи можуть виявляти повагу, утримуючись від надмірного використання технологій, таких як гучні телефонні розмови чи нав'язлива фотографія, які можуть порушити автентичний досвід для інших. Зрештою, усвідомлена поведінка дозволяє туристам безперешкодно зливатися з місцевою атмосферою, одночасно збагачуючи власний досвід подорожей через справжній культурний обмін.

Підтримка сталого та етичного бізнесу стає дедалі важливішою для туристів, які бажають позитивно вплинути на життя під час своїх подорожей. Обираючи кав'ярні, які надають пріоритет екологічно чистим практикам, таким як зменшення використання одноразового пластику, закупівля інгредієнтів на місцевому рівні та забезпечення справедливої заробітної плати для персоналу, мандрівники безпосередньо сприяють добробуту громади та навколишнього середовища. Ключові дії включають:

1. Вибір кав'ярні, які мають сертифікати або вивіски, що вказують на якість
2. Вибір закладів, які використовують упаковку, що підлягає переробці або біорозкладанню
3. Пріоритетність підприємств, які прозоро ставляться до своїх ініціатив щодо сталого розвитку.

Такі свідомі рішення підтримують місцеву економіку та надихають інші підприємства на впровадження відповідальних практик.

Змістовні розмови з місцевими жителями – це ще один цінний спосіб, яким сучасні туристи можуть збалансувати своє бажання досліджувати світ з повагою до культури дестинації, що приймає. Ініціювання дружніх, відкритих дискусій з персоналом кав'ярні або іншими відвідувачами дозволяє відвідувачам дізнатися про традиції громади, її приховані перлини та актуальні проблеми. Цей обмін сприяє взаєморозумінню та може призвести до унікального досвіду, який виходить за рамки типового туристичного маршруту. Крім того, прояв щирого інтересу до місцевих історій та поглядів допомагає зруйнувати стереотипи та налагодити зв'язки між культурами, роблячи подорожі більш корисними як для гостей, так і для господарів [20] .

РОЗДІЛ II

АНАЛІЗ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ ВЗАЄМОДІЇ ПЕРСОНАЛУ ТА ВІДВІДУВАЧІВ (НА ПРИКЛАДІ БАКАРА КАВА)

2.1. Організаційно-економічна характеристика закладу ресторанного господарства.

«Bacara cafe» - український виробник свіжообсмаженої зернової кави. Компанія заснована в 2015 році в м.Чернівці трьома молодими підприємцями, які хотіли створити новий унікальний продукт, якого ще не було на ринку. Вже за перший рік роботи торгова марка стала місцевим брендом та активно почала виходити на всеукраїнський ринок. А у 2018 році відкрила власну франшизу кав'ярень “coffee to go” під торговою маркою “Bacara coffee”.

Основним, що вирізняє компанію серед інших українських виробників, є відкрите виробництво. Компанія бере активну участь у культурному та соціальному житті Чернівців. Окрім того, проводить екскурсії на виробництво всім бажаючим.

Кав'ярня «Бакара кава» у Чернівцях працює як товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), що є поширеною організаційно-правовою формою для малих та середніх підприємств в Україні. Така організаційно-правова структура забезпечує власникам захист обмеженої відповідальності, тобто їхні особисті активи захищені від фінансових зобов'язань бізнесу. Власність на кав'ярню розділена між невеликою групою інвесторів, кожен з яких має певну частку в бізнесі. Така схема забезпечує гнучкість в управлінні та чітке розмежування фінансової відповідальності. Крім того, структура ТОВ сприяє легшому доступу до кредитів та інвестицій порівняно з індивідуальним підприємництвом, що робить її привабливим вибором для підприємств готельного бізнесу в регіоні .

Керівна команда кав'ярні «Бакара кава» складається з генерального менеджера, керівника операційної діяльності та керівників ключових відділів,

таких як кухня, обслуговування та фінанси. На вершині управлінської ієрархії знаходиться генеральний менеджер, який контролює загальний стратегічний напрямок та забезпечує досягнення кав'ярні своїх бізнес-цілей. Генеральному менеджеру безпосередньо підпорядковуються керівники відділів, які керують щоденною діяльністю у своїх відповідних сферах. Такий багаторівневий підхід до управління створює чіткий ланцюг керування та допомагає оптимізувати комунікацію між співробітниками. В результаті, кав'ярня може підтримувати високі стандарти обслуговування та операційної ефективності, що є вирішальним фактором для успіху на конкурентному ринку гостинності [1].



Рис. 4. Кав'ярня «Бакара кава» (кава з собою)

Процеси прийняття рішень у кав'ярні Васага розроблені таким чином, щоб збалансувати ефективність та інклюзивність. Хоча основні бізнес-рішення, такі як зміни в меню, великі інвестиції чи стратегічні партнерства, зазвичай приймаються групою власників та генеральним менеджером, для вирішення операційних питань активно використовується внесок керівництва середньої ланки та персоналу. Такий партисипативний підхід заохочує відповідальність серед співробітників та допомагає кав'ярні реагувати на потреби клієнтів та ринкові тенденції. Регулярно проводяться

зустрічі для обговорення проблем, мозкового штурму рішень та аналізу ефективності, забезпечуючи обґрунтованість рішень та відповідність цілям кав'ярні. Така структура не лише підтримує ефективне управління, але й сприяє створенню атмосфери співпраці та мотивації на робочому місці.

Підбір та відбір працівників у кав'ярні «Бакара кава» у Чернівцях – це структурований процес, розроблений для забезпечення високого стандарту обслуговування та операційної ефективності. Керівництво використовує багатоетапний підхід, який починається з розміщення оголошень про роботу на популярних порталах з працевлаштування, а потім проводиться первинний відбір на основі резюме та відповідного досвіду. Відібрані кандидати потім запрошуються на співбесіди, де акцент робиться не лише на професійних компетентностях, але й на особистих якостях, таких як комунікативні навички та орієнтація на клієнта. Цей ретельний процес відбору допомагає кав'ярні підтримувати команду, яка відповідає його цінностям та операційним потребам, що зрештою сприяє задоволенню клієнтів та успіху бізнесу.



Рис. 5. Кав'ярня «Бакара»

Ролі та обов'язки персоналу в кав'ярні «Бакара кава» чітко визначені для оптимізації робочого процесу та створення гармонійного робочого середовища. Організаційна структура зазвичай складається з кухонного персоналу, обслуговуючого персоналу, барист та управлінської команди, кожна з яких має певні обов'язки. Наприклад, кухонний персонал відповідає за приготування їжі та контроль якості, тоді як обслуговуючий персонал керує замовленнями клієнтів та підтримує чистоту в обідній зоні. Бариста зосереджуються на приготуванні та презентації напоїв, а управлінська команда контролює операції, складає графік та вирішує конфлікти. Така чіткість у розподілі ролей запобігає дублюванню обов'язків і підвищує відповідальність серед співробітників, забезпечуючи безперебійну щоденну роботу.

Програми навчання та розвитку співробітників у кав'ярні Васага є невід'ємною частиною підтримки високого рівня обслуговування та задоволеності персоналу. Кав'ярня регулярно проводить навчальні сесії, що охоплюють як технічні навички, так і стандарти обслуговування клієнтів. Нові співробітники проходять орієнтаційні програми для ознайомлення з політикою компанії, гігієнічними вимогами та протоколами безпеки. Також організовуються постійні семінари та курси підвищення кваліфікації, щоб співробітники були в курсі нових страв у меню, технологій та передового досвіду в готельному бізнесі. Ці ініціативи не лише покращують продуктивність персоналу, але й сприяють професійному зростанню, мотивації та лояльності серед членів команди [2].

Кав'ярня «Бакара» в Чернівцях генерує свої основні джерела доходу за рахунок поєднання послуг харчування в закладі, замовлень на винос та кейтерингу для спеціальних заходів. Кожен з цих потоків доходів сприяє загальній фінансовій стабільності бізнесу, забезпечуючи диверсифікацію та стійкість до коливань ринку. Зокрема, здатність кав'ярні залучати як місцевих жителів, так і туристів виявилася перевагою для підтримки стабільного потоку клієнтів протягом року, незалежно від сезонних змін. Зосередження уваги на

різноманітних пропозиціях послуг дозволяє «Васага» максимально використовувати свої ресурси та інфраструктуру, що зрештою підвищує її здатність генерувати дохід на постійній основі.

Щодо цінових стратегій та пропозицій меню, кав'ярня «Бакара» використовує динамічний підхід, який відповідає переважаючим ринковим тенденціям та уподобанням споживачів. Кав'ярня регулярно оновлює своє меню, щоб відобразити сезонні інгредієнти та популярні кулінарні тенденції, гарантуючи, що пропозиції залишаються свіжими та привабливими для широкої клієнтської бази. Крім того, запроваджено багаторівневе ціноутворення для задоволення потреб різних сегментів ринку, що дозволяє кав'ярні залишатися конкурентоспроможною, а також приваблювати клієнтів, які шукають як доступні варіанти, так і преміальний досвід. Ключові елементи цієї стратегії включають:

1. Впровадження щоденних спеціальних пропозицій та комбінованих страв для стимулювання повторних покупок
2. Періодичні акції та знижки для залучення нових клієнтів
3. Преміальні страви меню для особливих випадків та цінних клієнтів.

Ці заходи не лише підвищують задоволеність клієнтів, але й сприяють оптимізації доходу з кожної транзакції.

Ефективне управління витратами та контроль витрат є ключовими для економічної стійкості кав'ярні Васага. Керівна команда ретельно контролює всі операційні витрати, включаючи закупівлю товарів, комунальні послуги та витрати на оплату праці, забезпечуючи дотримання бюджетів та мінімізацію відходів. Проактивні заходи, такі як переговори з постачальниками щодо оптових знижок та впровадження енергозберігаючих технологій, ще більше підтримують прагнення кав'ярні до економічної ефективності. Застосовуючи підхід, заснований на даних, до відстеження витрат та регулярно переглядаючи фінансові звіти, Васага може визначити області для потенційної

економії та відповідно коригувати свою діяльність, що зміцнює її загальне фінансове здоров'я.

Кав'ярня «Бакара» в Чернівцях приділяє велику увагу ретельному відбору та оцінці своїх постачальників, щоб підтримувати стабільну якість та надійність своїх пропозицій. Керівна команда регулярно оцінює потенційних та існуючих постачальників на основі кількох критеріїв, таких як якість продукції, своєчасність доставки, конкурентоспроможність цін та здатність відповідати певним стандартам безпеки харчових продуктів. Цей ретельний процес оцінки гарантує, що кав'ярня може постачати високоякісні продукти харчування та напої, мінімізуючи ризики, пов'язані з перебоями в ланцюжку поставок. Сприяючи довгостроковим партнерським відносинам з перевіреними постачальниками, «Бакара» може домовлятися про вигідні умови та підтримувати стабільні постачання, що є важливим для її економічної стійкості та постійної прибутковості.

Процеси закупівель у кав'ярні «Бакара» структуровані таким чином, щоб бути ефективними та прозорими, підтримуючи як операційні потреби, так і фінансові цілі. Замовлення на їжу та напої плануються відповідно до прогнозованого попиту, сезонності та змін у меню, що допомагає кав'ярні уникнути перевантаження або недозамовлення ключових інгредієнтів. Цикл закупівель включає регулярні огляди ринку та порівняння цін для забезпечення економічної ефективності, а робочі процеси затвердження та документація ведуться для підтримки підзвітності. Такий систематичний підхід до закупівель не лише оптимізує операції, але й підтримує ширшу економічну стратегію кав'ярні, контролюючи витрати та забезпечуючи своєчасну наявність свіжих інгредієнтів [1].

Ефективні стратегії відстеження запасів та скорочення відходів є критично важливими компонентами операційної моделі кав'ярні Бакара. Кав'ярня використовує спеціалізоване програмне забезпечення для моніторингу рівня запасів у режимі реального часу, відстеження термінів

придатності та прогнозування майбутніх потреб у запасах на основі тенденцій продажів та історичних даних. Ці методи дозволяють керівництву швидко виявляти повільно рухомі або надлишкові товари та вживати заходів для мінімізації псування та відходів. Ключові елементи управління запасами включають:

1. Регулярні аудити для перевірки точності запасів
2. Ротацію FIFO (перший прийшов, перший пішов) для зменшення втрат від прострочених товарів
3. Навчання персоналу контролю порцій та найкращим практикам зберігання.

Використовуючи технології та навчання персоналу, кав'ярня Васага мінімізує непотрібні витрати, тим самим сприяючи своєму економічному зростанню.

Розуміння цільового ринку та профілів клієнтів є центральним у маркетинговій стратегії кав'ярні «Бакара», оскільки це дозволяє бізнесу адаптувати свої пропозиції та комунікації до конкретних потреб та вподобань своїх клієнтів. Кав'ярня «Бакара» визначила свої основні сегменти клієнтів, до яких належать місцеві жителі, які шукають комфортне місце для зустрічей, студенти, яких приваблюють доступні ціни, та туристи, зацікавлені у знайомстві з місцевою культурою в гостинній обстановці. Сегментуючи ринок таким чином, кав'ярня може ефективніше розробляти своє меню, внутрішню атмосферу та стиль обслуговування, щоб резонувати з кожною групою. Такий цілеспрямований підхід не тільки підвищує задоволеність клієнтів, але й підвищує загальну конкурентоспроможність кав'ярні в місцевій індустрії гостинності.

Кав'ярня Васага використовує різноманітні рекламні заходи та програми лояльності, щоб зміцнити присутність свого бренду та заохотити повторне відвідування. Ці ініціативи включають сезонні знижки, спеціальні пропозиції для студентів та систему карток лояльності, яка винагороджує постійних відвідувачів безкоштовними напоями або десертами після певної кількості

покупок. Крім того, кав'ярня організовує тематичні заходи та майстер-класи, такі як майстер-класи з приготування кави, які не лише приваблюють нових клієнтів, але й сприяють почуттю спільноти серед постійних гостей. Такі рекламні стратегії ретельно розроблені для підвищення утримання клієнтів та диференціації кав'ярні Васага серед інших місцевих закладів [2].

Щоб постійно покращувати свої послуги та адаптуватися до змін очікувань клієнтів, кав'ярня Васага приділяє значну увагу збору та аналізу відгуків клієнтів. Кав'ярня використовує комбінацію традиційних карток коментарів, онлайн-опитування та прямої взаємодії з гостями, щоб зібрати інформацію про їхній досвід. Ці відгуки систематично переглядаються для виявлення закономірностей та напрямків для покращення, таких як коригування меню або покращення обслуговування. Інтегруючи відгуки клієнтів у свої операційні рішення, кав'ярня Васага демонструє відданість високим стандартам обслуговування та оперативності, що є важливим для довгострокового успіху на конкурентному ринку гостинності [1].

2.2. Аналіз системи сервісного обслуговування та поведінкових типів клієнтів-туристів.

Структура надання послуг у кав'ярні Васага характеризується систематичним підходом, розробленим для забезпечення безперебійної роботи та приємного обслуговування клієнтів. Організаційна ієрархія зазвичай включає менеджера кав'ярні, керівників змін та персонал першої лінії, такий як бариста та офіціанти, кожен з яких має чітко визначені ролі для оптимізації робочого процесу. Така структура сприяє ефективній комунікації та швидкому вирішенню проблем, що є важливим у динамічному середовищі готельних послуг. Крім того, розташування станцій обслуговування та місць для клієнтів продумано організовано, щоб мінімізувати час очікування та максимізувати продуктивність персоналу, що відображає найкращі практики сучасного управління послугами .

У кав'ярні Васара ролі та обов'язки, покладені на обслуговуючий персонал, мають вирішальне значення для підтримки високого стандарту якості обслуговування. Працівники проходять навчання, яке зосереджується на етикеті гостинності, знанні продуктів та навичках взаємодії з клієнтами, гарантуючи, що вони можуть задовольнити різноманітні очікування гостей. Співробітники відповідають не лише за подачу їжі та напоїв, але й за моніторинг задоволеності клієнтів та оперативне вирішення будь-яких проблем. Такий комплексний підхід допомагає створити гостинну атмосферу та підвищити лояльність клієнтів, що є дедалі важливішим на сучасному конкурентному ринку готельного бізнесу.

Інтеграція технологій відіграє ключову роль у покращенні обслуговування клієнтів у кав'ярні Васара. Крім того, використання аналітики даних дозволяє керівництву відстежувати вподобання клієнтів та адаптувати пропозиції послуг, що відповідає сучасним тенденціям в інноваціях готельного бізнесу. Безумовно, що клієнти кав'ярні «Бакара» відповідають загальній типізації клієнтської бази. (рис.6.) [8].

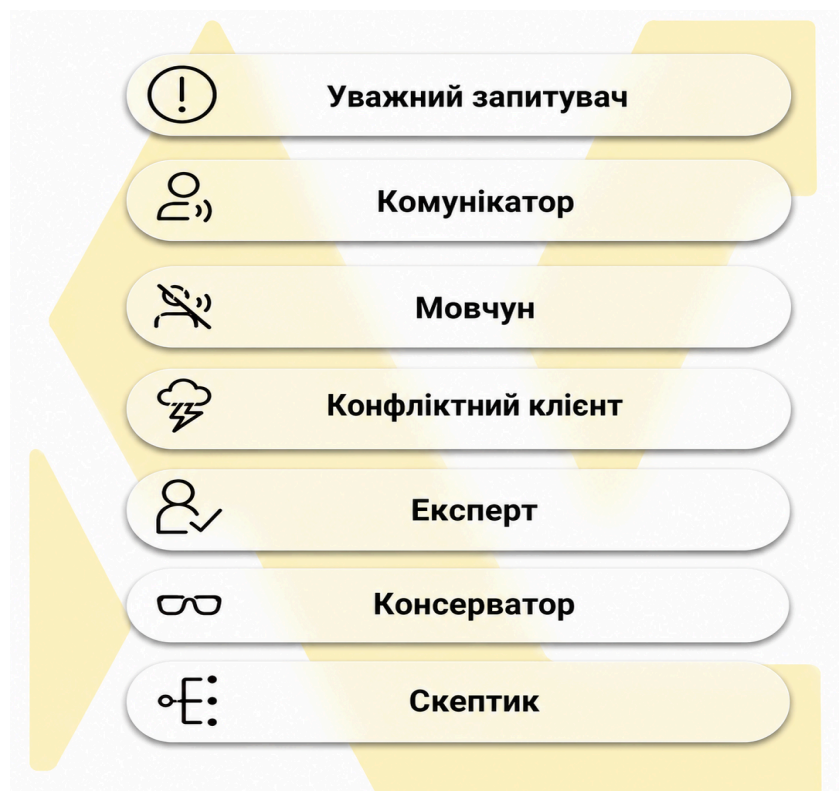


Рис. 6. Типи клієнтів за темпераментом

Кав'ярня «Бакара» вирізняється серед туристичних напрямків різноманітним меню, адаптованим до різноманітних уподобань міжнародних мандрівників. У меню представлені не лише улюблені місцеві страви, а й страви світового рівня, що дозволяє клієнтам насолоджуватися знайомими смаками або досліджувати нові. Туристам надається можливість персоналізувати свої страви, вибираючи розміри порцій, рівень гостроти та гарніри, що забезпечує персоналізований досвід харчування. Така гнучкість у пропозиціях меню особливо приваблива для відвідувачів зі специфічними кулінарними очікуваннями, оскільки демонструє прагнення задовольнити їхні індивідуальні потреби. Надаючи пріоритет персоналізації меню, кав'ярня «Бакара» ефективно підвищує задоволеність клієнтів та заохочує повторні відвідування серед своїх туристичних клієнтів.

Визнаючи важливість чіткої комунікації з міжнародною аудиторією, кав'ярня «Бакара» запровадила заходи мовної та культурної адаптації у своїй системі обслуговування. Персонал навчений базовій розмовній англійській що дозволяє їм ефективніше взаємодіяти з гостями з різним походженням. Крім того, кав'ярня пропонує багатомовні меню та візуальні матеріали, такі як зображення страв, щоб мінімізувати непорозуміння та зробити процес замовлення більш доступним. Ці адаптації не лише допомагають подолати мовні бар'єри, але й сприяють створенню гостинної атмосфери, завдяки чому туристи відчують себе поважними та цінними під час свого візиту [13].

Кав'ярня «Васага» також демонструє проактивний підхід до обробки спеціальних запитів та дієтичних потреб, що є вирішальним для задоволення різноманітних потреб туристів. Персонал уважний та чуйний, коли гості повідомляють про алергії, релігійні обмеження чи особисті вподобання, гарантуючи безпроблемне задоволення цих потреб. Кав'ярня дотримується чіткого протоколу для вирішення таких запитів, включаючи пропонування альтернативних інгредієнтів, надання детальної інформації про компоненти страв та консультації з кухнею. Така пильна увага формує довіру серед

туристів, зміцнюючи репутацію кав'ярні як місця, яке щиро піклується про благополуччя своїх клієнтів.

Типи поведінки туристів-клієнтів. Розуміння поведінкових типів клієнтів-туристів у кав'ярні Васага починається з визначення загальних профілів клієнтів, які можуть варіюватися від мандрівників-одинаків, які шукають автентичного місцевого досвіду, до сімей, які надають пріоритет комфорту та зручності. Ці профілі допомагають персоналу передбачати потреби клієнтів, оскільки туристи-одинаки можуть просити рекомендації щодо місцевих визначних пам'яток, тоді як групові мандрівники часто висловлюють інтерес до спільних місць для сидіння або спільних страв. З іншого боку, ділові мандрівники зазвичай зосереджені на ефективності, віддаючи перевагу швидкому обслуговуванню та тихим місцям для зустрічей. Розпізнавання цих різноманітних профілів дозволяє кав'ярні Васага адаптувати свій підхід, гарантуючи, що кожен клієнт отримає персоналізований та незабутній досвід.

Моделі очікувань та взаємодії з клієнтами в кав'ярні Васага показують, що туристи часто шукають як інформативної, так і гостинної взаємодії з персоналом. Багато хто очікує чіткого спілкування щодо пунктів меню та місцевих страв, а також цінує дружнє, культурно чутливе обслуговування. Персонал часто стикається з проханнями про налаштування, такими як вегетаріанські варіанти або заміна інгредієнтів, що підкреслює важливість гнучкості та уважності. Крім того, туристи зазвичай виявляють цікавість до місцевих звичаїв, що спонукає персонал надавати контекст та рекомендації. Ці повторювані моделі підкреслюють важливість адаптивного спілкування та проактивного обслуговування для покращення загального досвіду клієнтів [20].

Вплив національності та культури на поведінку туристів-клієнтів у кав'ярні Васага особливо виражений, впливаючи на все: від звичок замовлення до бажаного місця для обіду. Наприклад, клієнти із західних країн можуть

бути більш схильні до невимушеної розмови з персоналом та відкрито висловлювати свої вподобання, тоді як представники східноазіатських культур можуть надавати пріоритет ввічливості та груповій гармонії у своїй взаємодії. Деякі національності можуть віддавати перевагу швидшому обслуговуванню, тоді як інші насолоджуються неквапливими стравами як частиною свого туристичного досвіду. Усвідомлюючи ці культурні нюанси, персонал кав'ярні Васага може коригувати свій підхід до обслуговування, створюючи гостинну атмосферу, яка поважає та враховує походження клієнтів.

Персонал кав'ярні «Бакара» усвідомлює важливість культурної чутливості під час взаємодії з різноманітною клієнтурою, і комплексні навчальні програми є основою їхнього підходу. Ці програми зосереджені на розвитку обізнаності персоналу щодо культурних норм, стилів спілкування та етикету, характерних для різних національностей, які відвідують заклад. Працівники беруть участь у рольових іграх та семінарах, що імітують реальні життєві сценарії, дозволяючи їм практикувати шанобливі та доречні реакції. Створюючи середовище, де персонал розуміє та цінує культурні відмінності, кав'ярня мінімізує непорозуміння та гарантує, що гості з будь-якого походження почуватимуться бажаними гостями та поважними.

Окрім культурного навчання, кав'ярня «Бакара» надає своїй команді ефективні підходи до вирішення конфліктів та розгляду скарг, що є життєво важливим при управлінні різноманітною поведінкою туристів. Працівників навчають навичкам активного слухання, заохочуючи їх повністю розуміти точку зору клієнта, перш ніж відповідати. Стандартні протоколи допомагають персоналу залагоджувати напружені ситуації, включаючи підтримку спокійної поведінки, визнання занепокоєння гостя та пропонування практичних рішень. Ці методи не лише ефективно вирішують індивідуальні проблеми, але й допомагають зберегти репутацію кав'ярні, демонструючи постійну відданість обслуговуванню клієнтів.

Для подальшого підвищення задоволеності гостей кав'ярня Васара впроваджує кілька методів, які персоналізують обслуговування клієнтів та перевершують очікування. Персонал навчений передбачати потреби шляхом уважного спостереження, наприклад, помічаючи, коли у гостя мало напоїв або коли потрібні додаткові місця. Персоналізовані вітання та запам'ятовування вподобань постійних клієнтів допомагають сприяти відчуттю знайомства та лояльності. Крім того, кав'ярня періодично запитує відгуки клієнтів, щоб визначити напрямки для покращення, демонструючи проактивний підхід до високого рівня обслуговування. Ці стратегії разом сприяють позитивній атмосфері, яка заохочує повторні відвідування та схвальні відгуки.

Зв'язок між якістю обслуговування та лояльністю клієнтів у кав'ярні Васара є ключовим фактором, що впливає на загальний досвід клієнтів. Високоякісне обслуговування не лише відповідає, а й часто перевершує очікування клієнтів, сприяючи почуттю довіри та заохочуючи до повторних візитів. Наприклад, коли співробітники надають оперативну увагу, персоналізовані рекомендації та створюють гостинну атмосферу, клієнти з більшою ймовірністю розвивають почуття лояльності до закладу. Ця лояльність перетворюється на позитивні відгуки та постійний потік клієнтів, що повертаються. Крім того, лояльні клієнти більш поблажливі до випадкових збоїв в обслуговуванні, за умови, що їхній загальний досвід залишається постійно позитивним. Таким чином, підтримка високих стандартів обслуговування має вирішальне значення для підтримки лояльності клієнтів та забезпечення довгострокового успіху бізнесу.

Відгуки клієнтів слугують цінним ресурсом для кав'ярні Васара для визначення сильних сторін та визначення напрямків для покращення. Активно збираючи думки через картки коментарів, онлайн-відгуки та прямі розмови, керівництво може отримати уявлення про зміну потреб та очікувань своєї різноманітної клієнттури. Впровадження структурованої системи збору та аналізу відгуків дозволяє кав'ярні адаптувати свої послуги та своєчасно

вирішувати проблеми. Такий підхід не лише демонструє прагнення до постійного вдосконалення, але й дає клієнтам відчуття, що їх почули та цінують. Регулярний перегляд відгуків та внесення відповідних коректив допомагає кав'ярні підтримувати високі стандарти обслуговування та залишатися конкурентоспроможним у сфері гостинності.

Обслуговування різноманітної клієнтури створює як виклики, так і можливості для кав'ярні Васага. З одного боку, персонал може зіткнутися з мовними бар'єрами, різними культурними очікуваннями та різноманітними уподобаннями щодо обслуговування, що може ускладнити взаємодію та вимагати покращених комунікативних навичок. З іншого боку, це розмаїття пропонує можливості розширити пропозиції кав'ярні та зацікавити ширшу аудиторію. Завдяки інклюзивності та адаптації послуг до унікальних потреб різних сегментів клієнтів, кав'ярні може виділитися серед конкурентів. Крім того, навчання, отримане на основі взаємодії з різноманітними клієнтами, може сприяти адаптивності персоналу та розвитку культурної компетентності, що зрештою збагачує загальний досвід обслуговування для всіх відвідувачів.

2.3. Дослідження конфліктних ситуацій та методів їх розв'язання в процесі обслуговування.

Міжособистісні конфлікти між обслуговуючим персоналом та клієнтами є одним із найпоширеніших типів конфліктних ситуацій у процесі обслуговування. Ці конфлікти часто виникають через непорозуміння, різні очікування або незадовільні результати обслуговування, які можуть швидко загостритися, якщо їх не врегулювати належним чином. Наприклад, клієнт може відчувати, що його потреби не задовольняються, тоді як співробітник може сприймати вимоги клієнта як необґрунтовані. Такі розбіжності можуть негативно вплинути як на задоволеність клієнтів, так і на моральний дух співробітників, що робить надзвичайно важливим для організацій оперативне розпізнавання та вирішення цих проблем.

Ключові фактори, що сприяють міжособистісним конфліктам у цьому контексті, включають:

1. Порушення комунікації між персоналом та клієнтами
2. Уявна відсутність поваги або емпатії
3. Розбіжності між очікуваним та фактичним наданням послуг.

Виявлення цих особливостей дозволяє проактивно керувати конфліктами, сприяти більш позитивному середовищу обслуговування та зменшувати потенціал для повторних суперечок.

Конфлікти, що виникають у командах обслуговування, є ще однією значною проблемою, яка часто виникає через відмінності в стилях роботи, ролях або індивідуальних особливостях. У командних умовах обслуговування тиск на надання високоякісних послуг може посилити напруженість, особливо коли члени команди мають суперечливі цілі або нечіткі обов'язки. Такі внутрішні конфлікти можуть підірвати командну роботу, знизити продуктивність і зрештою вплинути на якість наданих послуг. До поширених причин конфліктів у команді належать:

1. Неоднозначний розподіл обов'язків
2. Конкуренція за визнання або ресурси
3. Різні підходи до вирішення проблем.

Вирішення цих внутрішніх суперечок вимагає ефективної комунікації, чітко визначених ролей та культури взаємної поваги для підтримки згуртованості та ефективності команди [6].

Системні конфлікти, спричинені організаційними процедурами, зазвичай виникають, коли встановлені правила, політики або робочі процеси створюють тертя між співробітниками або між персоналом та керівництвом. Ці конфлікти часто кореняться в структурних проблемах, таких як бюрократична неефективність, жорстка ієрархія або непослідовне застосування політик. На відміну від міжособистісних або командних конфліктів, системні конфлікти

можуть зберігатися до змін на організаційному рівні. Помітні джерела системних конфліктів включають:

1. Застарілі або громіздкі протоколи обслуговування
2. Негнучкі організаційні структури
3. Диспропорції у розподілі ресурсів

Вирішення системних конфліктів часто вимагає комплексного перегляду організаційних процесів і може вимагати суттєвих змін для забезпечення гармонійного та ефективного середовища обслуговування .

Неправильне спілкування та непорозуміння є одними з найчастіших причин конфліктів у сфері послуг, часто викликаних неоднозначними інструкціями, нечіткими очікуваннями або мовним бар'єром між персоналом та клієнтами. Коли взаємодія між клієнтами нечітка, навіть незначні розбіжності в переданій інформації можуть призвести до посилення напруженості, що призведе до розчарування з обох сторін. Це особливо важливо в ситуаціях високого тиску, коли швидкі реакції є важливими, і мало часу для уточнення деталей. Наприклад, клієнт може інтерпретувати обіцянку послуги інакше, ніж передбачалося, що призводить до невдоволення, коли ці очікування не виконуються. Щоб пом'якшити такі проблеми, сервісні організації повинні пріоритезувати чіткі протоколи комунікації та практики активного слухання. Крім того, навчання персоналу ефективному спілкуванню може зменшити ймовірність неправильного тлумачення та сприяти створенню більш позитивної атмосфери обслуговування [20].

Невдачі у наданні послуг та невиконані очікування є ще одним основним фактором, що викликає конфлікти в умовах обслуговування. Коли клієнти відчують, що надана послуга не відповідає обіцяному або очікуваному, вони частіше висловлюють невдоволення, іноді з силою. Це може включати затримки, помилки у виконанні послуг або відсутність виконання зобов'язань. Такі ситуації не тільки підривають довіру клієнтів, але й створюють значне навантаження на працівників першої лінії, які відповідають за розгляд скарг.

Ключові стратегії запобігання цим конфліктам включають встановлення реалістичних очікувань, підтримку прозорості щодо потенційних обмежень послуг та надання персоналу можливості оперативно вирішувати проблеми, коли вони виникають. Завдяки проактивному управлінню очікуваннями, організації можуть зменшити частоту та інтенсивність суперечок, пов'язаних з послугами.

Культурні та особистісні відмінності також відіграють значну роль у виникненні конфліктів у середовищі надання послуг, особливо в різноманітних командах та клієнтських базах. Різниця в стилях спілкування, цінностях та соціальних нормах може призвести до непорозумінь або сприйняття неповаги, навіть коли не передбачається заподіяння шкоди. Наприклад, пряме спілкування може цінуватися в деяких культурах, але вважатися грубим в інших, що призводить до тертя під час надання послуг. Крім того, індивідуальні риси особистості, такі як наполегливість або чутливість, можуть впливати на те, як розгортаються конфліктні ситуації. Щоб впоратися з цими складнощами, сервісні організації отримують користь від інвестування в навчання культурним компетенціям та сприяння створенню інклюзивного середовища, яке визнає та поважає різноманітність. Такий підхід не тільки мінімізує конфлікти, зумовлені культурою, але й підвищує загальну динаміку команди та задоволеність клієнтів [28].

Конфлікти в сервісному середовищі безпосередньо впливають на задоволення та лояльність клієнтів, часто підриваючи саму основу довгострокових відносин з клієнтами. Коли клієнти стикаються з невирішеними суперечками, непорозуміннями або невирішеними проблемами в обслуговуванні, їхнє сприйняття надійності та цінності організації зменшується, що призводить до зменшення повторних замовлень та негативної репутації. Цей негативний досвід може призвести до втрати лояльних клієнтів та зниження загального рівня утримання клієнтів, що є критично важливими показниками для сервісно-орієнтованих компаній. Тому

розуміння та ефективне управління конфліктами є важливим для підтримки високого рівня задоволення клієнтів та сприяння лояльності в конкурентних сферах послуг.

Окрім впливу на клієнтів, конфлікт на робочому місці значно впливає на моральний дух та продуктивність працівників. Працівники, які часто стикаються з конфліктами або погано керованими конфліктами, часто відчують підвищений стрес, знижене задоволення від роботи та нижчу мотивацію, що може призвести до зниження продуктивності та збільшення прогулів. Постійні конфлікти можуть навіть сприяти вищій плинності кадрів, що ще більше порушує надання послуг та збільшує витрати на підбір персоналу та навчання. Щоб пом'якшити ці негативні наслідки, організації повинні пріоритезувати стратегії вирішення конфліктів, які підтримують позитивне та спільне робоче середовище.

Наслідки невирішених конфліктів виходять за рамки внутрішніх зацікавлених сторін та клієнтів, зрештою впливаючи на репутацію організації на ширшому ринку. Компанія, відома частими суперечками, поганим управлінням конфліктами або негативною взаємодією з клієнтами та персоналом, може постраждати від зниження довіри громадськості та негативного розголосу. Така шкода репутації може відлякати потенційних клієнтів, партнерів та інвесторів, ускладнюючи для організації зростання та ефективну конкуренцію. Таким чином, проактивне вирішення конфліктів є життєво важливим компонентом у захисті публічного іміджу та довгострокового успіху організації [17].

Ефективні методи комунікації та переговорів є основоположними для вирішення конфліктів у сфері послуг, оскільки вони дозволяють сторонам висловлювати занепокоєння та спільно шукати рішення. Чітке, активне слухання та наполеглива, неконфліктна мова є важливими навичками, які допомагають деескалювати напругу та будувати взаєморозуміння. Завдяки переговорам команди, що надають послуги, можуть визначити основні

інтереси всіх сторін, а не зосереджуватися виключно на позиціях, що підвищує ймовірність досягнення угод, які задовольняють усіх учасників.

Ключові методи включають:

1. Відкриті запитання для виявлення глибших проблем
2. Перефразування для демонстрації розуміння
3. Визнання емоцій без осуду.

Використовуючи ці підходи, фахівці з надання послуг можуть сприяти створенню клімату поваги та співпраці, зменшуючи повторення подібних конфліктів у майбутньому. Медіація та втручання третьої сторони є структурованими підходами до вирішення конфліктів, особливо коли пряме спілкування не дає результатів. У цих сценаріях нейтральний медіатор сприяє діалогу, допомагаючи учасникам висловлювати свої точки зору та досліджувати взаємоприйнятні рішення. Цей процес не тільки зрівнює умови гри для всіх сторін, але й заохочує добровільне дотримання будь-яких досягнутих угод. Медіація особливо корисна для складних спорів, оскільки вона дозволяє творчо вирішувати проблеми, зберігаючи або навіть зміцнюючи робочі стосунки в процесі надання послуг [14]. Впровадження навчальних програм з вирішення конфліктів – це проактивна стратегія, яка надає обслуговуючому персоналу навички, необхідні для ефективного управління спорами. Ці програми зазвичай охоплюють теоретичні основи, практичні вправи та тематичні дослідження, щоб допомогти учасникам засвоїти передовий досвід в управлінні конфліктами.

Навчання може включати:

1. Рольові сценарії для відпрацювання комунікативних стратегій
2. Семінари з методів переговорів та медіації
3. Сеанси зворотного зв'язку для роздумів про особисті стилі конфлікту

Інвестуючи в постійну освіту, організації створюють кваліфіковану робочу силу, здатну конструктивно вирішувати конфлікти, що підвищує загальну якість послуг та задоволеність клієнтів.

РОЗДІЛ III

ПСИХОЛОГІЧНЕ СПРИЙНЯТТЯ СЕРВІСУ ТУРИСТАМИ ТА ПЕРСОНАЛОМ КАВ'ЯРНІ «БАКАРА КАВА»

3.1. Аналіз результатів опитування туристів щодо якості психологічного клімату в «Бакара кава».

Сприйняття туристами психологічної атмосфери в кав'ярні значною мірою залежить від загальної атмосфери, що значно покращує їхній досвід та задоволення. У таких місцях, як Бакара, природна краса, приємний клімат та привабливе середовище створюють заспокійливу та приємну обстановку, яка підвищує враження від вживання кави. Ця позитивна атмосфера не лише заохочує відвідувачів розслабитися та насолодитися напоями, але й формує їхній емоційний зв'язок з місцем, роблячи його більш незабутнім та привабливим. Дослідження зосереджено на розумінні того, як ці фактори середовища, такі як комфорт, естетична привабливість та якість кави, впливають на сприйняття туристів та загальне задоволення. Важливо, що туристи вважають психологічну атмосферу вирішальним елементом у своєму рішенні знову відвідати кав'ярню, оскільки вона впливає на їхнє бажання повторних візитів та постійних позитивних вражень.

Отже, атмосфера кав'ярні виступає життєво важливим компонентом у створенні гостинного та задовільного середовища, яке сприяє лояльності клієнтів та підвищує загальну туристичну привабливість.

Туристи часто асоціюють різноманітні специфічні емоційні та психологічні стани з середовищем кав'ярні, що суттєво формує їхнє загальне враження. Такі емоції, як щастя, розслаблення та комфорт, зазвичай пов'язані з кав'ярнею, особливо коли середовище сприяє гостинній та затишній атмосфері. І навпаки, такі фактори, як шум та скупченість, можуть викликати почуття стресу або дискомфорту, негативно впливаючи на емоційні реакції туристів.

Концепція прив'язаності до місця додатково ілюструє, як тривале відвідування може призвести до міцніших емоційних зв'язків, змушуючи туристів відчувати більший зв'язок та емоційну зацікавленість у кав'ярні. Крім того, естетичні та сенсорні елементи кав'ярні, такі як освітлення, музика та декор, можуть викликати позитивні афективні стани, посилюючи почуття задоволення та вдоволення. Важливо, що ці емоційні стани часто є несвідомими та керованими бажаннями, а вирази обличчя розкривають приховані емоції, такі як щастя або навіть розчарування. Загалом, середовище кав'ярні діє як потужний емоційний каталізатор для туристів, впливаючи на їхній психічний стан через поєднання сенсорних стимулів та соціальної атмосфери, що може або заохочувати до повторних відвідувань, або спонукати їх шукати альтернативний заклад.

Сприйняття психологічного клімату в кав'ярні туристами може суттєво відрізнятися залежно від типу закладу та його контекстуальних особливостей. Наприклад, місцеві кав'ярні, як правило, посилюють незабутні враження, пропонуючи розуміння місцевих кавових звичаїв, які глибоко вкорінені, тим самим формуючи емоційні та когнітивні реакції туристів унікальним чином.

Більшість досліджень сприйняття туристів традиційно спиралася на анкетні опитування, які забезпечують простий метод збору суб'єктивних даних про враження та ставлення відвідувачів. Ці опитування часто включають ретельно розроблені анкети, що охоплюють різні питання, пов'язані з очікуваннями туристів, рівнем задоволеності та сприйнятою цінністю їхнього відпочинку. В останні роки технологічний прогрес запровадив нові інструменти для збору даних, зокрема технологію GPS, яка дозволяє дослідникам відстежувати переміщення туристів та час, проведений на різних пам'ятках у зоні відпочинку. Крім того, процес організації таких опитувань дотримується структурованого підходу, що включає такі кроки, як визначення цілей дослідження, вибір репрезентативних вибірок на основі теорії

ймовірності та вибірки, а також вибір відповідних методів збору та аналізу даних.

Дослідження сприйняття туристами свого туристичного досвіду підкреслює вирішальну роль психологічного клімату у формуванні загальної задоволеності. Коли очікування туристів не виправдовуються, виникають психологічні витрати, що призводять до невдоволення та погіршення суб'єктивного благополуччя. Якість психологічного клімату в місці призначення безпосередньо впливає на те, чи відчують мандрівники задоволення чи розчарування, оскільки вона впливає на їхнє відчуття свободи від роботи та контролю, а також на стимуляцію, спонтанність та залученість, що пропонуються діяльністю. Негативні макроситуації, такі як заворушення, соціальні конфлікти чи стихійні лиха, додатково сприяють психологічним стресам, які можуть зберігатися протягом усього перебування, але, як правило, зменшуються після від'їзду. Крім того, значну роль відіграють індивідуальні фактори та особисті обставини; туристи з різним походженням відчують власні психологічні стреси, на які впливає неконтрольований масовий туризм або екотуризм, кожен з яких має потенційні недоліки. Наприклад, невдоволення, що виникає через нездійснені очікування, такі як бачення рекламованого біорізноманіття, яке відсутнє, або робота в шумному середовищі, може призвести до того, що туристи почуватимуться ошуканим та менш схильними до повторних відвідувань.

Дослідження щодо психологічного клімату у кав'ярні “Бакара кав” проводилися протягом січня-травня 2026 р. Безпосередньо всі дослідження проводили щодо закладу, який знаходиться по вул. Бандери, 4 у м. Чернівці. До опитування туристів були залучені також місцеві гіді, оскільки потрібно було отримати більше інформації від туристів. Вибірка опитаних складала 300 осіб різного віку, в основному це туристи віком від 20 до 65 років. Для уникнення громіских анкет нами було структуровано питання за принципом чіткості та лаконічності.

Розуміння намірів клієнтів щодо повторного відвідування на основі сприйняття атмосфери може допомогти у розробці стратегій створення середовища, яке заохочує повторні візити, сприяючи відчуттю знайомства та комфорту. Оскільки багато клієнтів є молодими студентами, проектування візуально привабливих та розслаблюючих просторів може покращити їхнє психологічне благополуччя та продовжити їхнє перебування. Фізичне планування, включаючи розташування місць для сидіння та організацію магазину, також відіграє вирішальну роль у формуванні ставлення до кав'ярні, потенційно знижуючи стрес та підвищуючи задоволеність. Зрештою, ці дані, отримані в результаті опитувань, дозволяють кав'ярні вдосконалювати своє фізичне середовище — за допомогою декору, планування, освітлення та чистоти — щоб краще підтримувати психічне здоров'я та загальне задоволення клієнтів.

Таблиця 3.1

Опитування туристів, щодо психологічного клімату в кав'ярні Бакара

Питання щодо психологічного клімату	1 (зовсім ні)	2	3	4	5 (повністю)
Я відчував(ла), що мені тут щиро раді.	☐	☐	☐	☐	☐
Персонал зберігав спокій та доброзичливість.	☐	☐	☐	☐	☐
Атмосфера закладу допомогла мені зняти стрес.	☐	☐	☐	☐	☐
Взаємодія з працівниками була емоційно приємною.	☐	☐	☐	☐	☐

Результати опитування дають цінну інформацію про те, як різні елементи середовища кав'ярні можна оптимізувати для покращення психологічного благополуччя клієнтів. Групуєючи ключові ідеї та теми з відповідей, керівництво кав'ярні можуть визначити конкретні аспекти своєї атмосфери, які суттєво впливають на психічний стан клієнтів. Наприклад, аналіз сприйняття клієнтів щодо декору, артефактів, освітлення, музики та чистоти показує, які особливості сприяють заспокійливій та гостинній атмосфері. Крім того, розуміння взаємозв'язку між атмосферою та задоволеністю клієнтів за допомогою аналізу даних може спрямувати цілеспрямовані покращення, гарантуючи, що зміни ефективно сприятимуть позитивному досвіду.

Таблиця 3.2

**Результати опитування туристів, щодо психологічного клімату
в кав'ярні «Бакара кава»**

<i>Критерій оцінки</i>	<i>Середній бал</i>
Емоційний комфорт (відчуття затишку, розслабленість)	4.8
Доброзичливість персоналу (щирість, посмішка)	4.9
Відчуття безпеки та приватності	4.6
Рівень шуму та фонова атмосфера	4.2
Бажання повернутися знову	4.9

Яким одним словом ви опишете атмосферу у закладі?

Найчастіші відповіді:

1. Затишно (40%)
2. Тепло (25%)
3. Стильно (15%)
4. Ароматно (10%)
5. Дружньо (10%)

Туристи відмічають позитивні аспекти, або сильні сторони: 85% опитаних зазначили, що бариста легко йдуть на контакт і питають про уподобання туристів. Це створює відчуття персоналізації та прийняття, що є ключовим для позитивного психологічного клімату. Відвідувачі високо оцінили освітлення (м'яке тепле світло) та музичний супровід, що сприяє зниженню рівня кортизолу (стресу). Жоден із респондентів не став свідком суперечок між персоналом, що свідчить про високу внутрішню культуру команди.

Проблемні моменти - порушення приватності: 20% респондентів (переважно ті, хто працює з ноутбуком) відзначили, що столики розташовані занадто близько один до одного. Це створює легкий психологічний тиск («ефект підслуховування»). Акустичний дискомфорт виникає тоді, коли у години пік звук кавомашини та гучні розмови за сусідніми столиками заважають емоційному перезавантаженню (оцінка 4.2).

Кав'ярня «Бакара» сприймається клієнтами не просто як точка продажу кави, а як місце, де вони отримують емоційну підтримку. Високий бал за доброзичливість свідчить про те, що персонал володіє навичками емпатії. Психологічний клімат тримається на людському факторі. Вдало підібрані аромати та світло «працюють» на підсвідомому рівні, змушуючи гостей затримуватися в закладі на 15-20 хвилин довше, ніж планувалося. Аналіз показав, що сучасний гість кав'ярні шукає психологічної ізоляції. Близьке розташування меблів — єдиний фактор, що дещо знижує рівень комфорту.

Було б добре встановити декілька легких перегородок або високих рослин між столиками для створення «зон приватності». Використати текстиль (подушки, штори), щоб пом'якшити акустику в години пік. Оскільки клімат тримається на бариста, важливо проводити профілактику їхнього емоційного вигорання, щоб «щирі посмішки» не стали «механічними».

3.2. Дослідження психологічної готовності персоналу до роботи з різними категоріями туристів.

Серед найважливіших психологічних рис, необхідних для ефективної взаємодії персоналу з різними категоріями туристів, є культурна обізнаність, емпатія та терпіння, оскільки ці якості разом подолають прогалини в комунікації та створюють гостинну атмосферу для гостей з різним походженням. Культурна обізнаність дає персоналу змогу розпізнавати та поважати унікальні звичаї та традиції міжнародних туристів, що не лише допомагає уникнути ненавмисних образ, але й сприяє інклюзивній атмосфері в закладах гостинності [1]. Емпатія ще більше посилює цю взаємодію, дозволяючи персоналу розуміти та реагувати на емоційні потреби гостей, змушуючи їх почуватися цінними та комфортно, особливо коли виникають мовні бар'єри або незнайомі ситуації. Терпіння доповнює ці риси, дозволяючи співробітникам спокійно та ефективно вирішувати потенційні непорозуміння, гарантуючи, що кожен гість отримає уважне та уважне обслуговування незалежно від його походження чи комунікативних труднощів. Взаємозв'язок між цими психологічними рисами очевидний, оскільки культурна обізнаність закладає основу для чутливості та поваги, емпатія будує довіру та емоційний зв'язок, а терпіння забезпечує стійку залученість під час складних або тривалих взаємодій. Отже, організації гостинності повинні надавати пріоритет стратегіям навчання та найму, які розвивають ці риси, тим самим надаючи своїм співробітникам можливість адаптуватися до потреб різноманітної та глобальної клієнтури, що постійно змінюються.

Спираючись на фундамент міжособистісних навичок, таких як уважність та культурна налаштованість, попередній досвід та структуроване навчання відіграють вирішальну роль у підвищенні готовності персоналу до реальної взаємодії. Навчальне середовище забезпечує безпечний простір для застосування вивчених концепцій та практики в різних сценаріях, тим самим долаючи розрив між теоретичними знаннями та практичним застосуванням.

Така практика не лише знайомить персонал з потенційними труднощами, але й надає їм впевненості, необхідної для ефективного вирішення непередбачених ситуацій, вселяючи почуття готовності, яке є життєво важливим для успішної взаємодії з гостями. Більше того, персонал, який пройшов цілеспрямоване навчання та накопичив досвід, як правило, демонструє вищу задоволеність роботою, що ще більше посилює їхню загальну готовність та відданість своїм ролям, що зрештою призводить до зменшення плинності кадрів та більшої стабільності організації. Щоб максимізувати позитивний вплив цих факторів, організації повинні інвестувати в безперервні, контекстно-орієнтовані програми навчання та активно заохочувати персонал до осмислення та обміну своїм досвідом, тим самим створюючи культуру постійного навчання та адаптивності.

Взаємодія між робочим середовищем та системами підтримки суттєво формує психологічну готовність працівників, впливаючи як на їхнє сприйняття психічного здоров'я, так і на їхню здатність справлятися зі стресовими факторами. Середовище, яке надає пріоритет психічному здоров'ю, не лише зменшує стигму, але й заохочує людей проактивно звертатися за допомогою, тим самим сприяючи культурі, де психічне благополуччя відкрито обговорюється та нормалізується. Коли існують надійні системи підтримки, такі як доступні ресурси психічного здоров'я та відкриті канали комунікації, працівники відчувають себе впевненими у вирішенні проблем на робочому місці, підвищуючи свою стійкість та навички подолання труднощів перед обличчям несприятливих обставин. Цей взаємозв'язок ще більше підкріплюється стратегіями, спрямованими на сприяння психічному благополуччю, які культивують почуття безпеки та розуміння, що є важливим для психологічної стійкості та готовності. Наявність цих структур підтримки також сприяє ранньому виявленню проблем психічного здоров'я, створюючи можливості для своєчасного втручання та запобігання більш серйозним проблемам. Вирішення проблем, пов'язаних з факторами на робочому місці,

які негативно впливають на психічне благополуччя, має вирішальне значення, оскільки закладає основу для сприятливого середовища, де працівники можуть процвітати як особисто, так і професійно. Зрештою, організації повинні пріоритезувати впровадження комплексних систем підтримки та сприяти середовищу, яке не лише визнає, а й активно реагує на потреби психічного здоров'я, забезпечуючи психічну підготовку працівників до подолання складнощів сучасного робочого місця.

Підходи до підвищення готовності персоналу до роботи з різноманітними туристичними групами

Ефективне навчання персоналу для різних категорій туристів вимагає стратегічного поєднання методологій, адаптованих до різних потреб та очікувань гостей. Інтеграція мікронавчання, безперервних циклів зворотного зв'язку та практичного навчання в навчальні програми гарантує, що персонал не лише отримає необхідні знання, але й розвине адаптивність, необхідну для різних профілів туристів, таких як ділові мандрівники, сім'ї або іноземні гості [6]. Емпіричні компоненти, такі як рольові ігри та симуляції на робочому місці, дозволяють співробітникам практикувати адаптацію свого підходу до обслуговування, стилю спілкування та навичок вирішення проблем до конкретних сценаріїв, що особливо корисно для їх підготовки до нюансів різних категорій гостей [7]. Крім того, навчання технологіям є важливим, оскільки воно дає персоналу можливість ефективно використовувати системи управління готелями та інструменти точок продажу, тим самим оптимізуючи обслуговування для технічно підкованих мандрівників та підвищуючи операційну ефективність у всіх сегментах гостей [8]. Взаємозв'язок цих методів навчання не тільки підвищує індивідуальні компетенції персоналу, але й покращує загальний досвід гостей та операційні результати, підкреслюючи необхідність постійних інвестицій у цілеспрямовані, багатогранні навчальні заходи.

Комплексний підхід до оцінки та підтримки психологічної готовності персоналу включає проактивні, одночасні та подальші втручання, що охоплюють весь життєвий цикл стресора. До початку дії стресора організації повинні зосередитися на виявленні персоналу, який демонструє здорові механізми подолання труднощів, стійкість та взаємодопомогу, тим самим надаючи їм можливість виступати в ролі взірців для наслідування та неформальних ресурсів підтримки у своїх командах. Таке превентивне виявлення дозволяє проводити цілеспрямоване навчання та розподіл ресурсів, що підвищує загальну готовність робочої сили. У періоди підвищеного стресу важливо контролювати самопочуття персоналу та заохочувати культуру, де колеги активно піклуються один про одного, надаючи негайну емоційну та практичну підтримку в міру виникнення труднощів. Такі втручання в режимі реального часу не тільки допомагають впоратися з гострими стресовими реакціями, але й сприяють відчуттю колективної ефективності та довіри між членами команди. Після того, як стресор минув, пропонування структурованої підтримки та можливостей для психологічного відновлення має вирішальне значення для довгострокової стійкості, оскільки дозволяє персоналу обробити свій досвід, відновитися після будь-яких несприятливих наслідків та відновити відчуття благополуччя. Інтеграція цих взаємопов'язаних стратегій гарантує, що персонал не лише оцінюється на готовність, але й отримує постійну підтримку, що підкреслює необхідність для організацій впроваджувати стійкі, багатоетапні втручання, спрямовані на психологічне здоров'я на кожному етапі вирішення проблем на робочому місці.

Культурна компетентність є важливим компонентом підготовки персоналу до роботи з міжнародними туристами або туристами з особливими потребами, оскільки вона дозволяє персоналу реагувати на безліч потреб гостей з чуйністю та ефективністю. Ця компетентність не лише дозволяє персоналу непомітно надавати допомогу представникам етнічних груп, які менш схильні відкрито висловлювати свої занепокоєння, але й гарантує, що унікальні

потреби всіх туристів, незалежно від їхнього походження, будуть враховані належним чином та з повагою. Здатність розпізнавати та адаптуватися до культурних відмінностей в емоційному вираженні дозволяє персоналу створювати сприятливе середовище, мінімізуючи ризик недовіри та покращуючи загальний досвід для різних гостей, включаючи тих, хто має особливі потреби. Крім того, розвиток культурної компетентності дає персоналу можливість адаптувати свої послуги та стилі спілкування, що є важливим при реагуванні на гостей, які можуть мати особливі вподобання або стикатися з додатковими бар'єрами через мову, традиції чи фізичні можливості. Взаємозв'язок цих сфер – комунікації, адаптації послуг та емоційного інтелекту – демонструє, що інвестування в культурну компетентність – це не лише питання операційної ефективності, але й прагнення до інклюзивності та досконалості гостинності. Таким чином, постійне навчання та організаційний акцент на культурній компетентності є важливими заходами, щоб усі туристи відчували повагу, розуміння та підтримку протягом усієї своєї подорожі.

Наступний блок нашої роботи пов'язаний із дослідженням готовності персоналу кав'ярні «Бакара кава» до різних стресових ситуацій. Також оцінювалася орієнтації персоналу при несподіваних ситуаціях.

Найбільш об'єктивний метод дослідження реальної готовності це моделювання стресової ситуації. Нами було запрошено «таємного гостя», який належить до певної категорії - іноземець. Персонал кав'ярні не був повідомлений про такого гостя. Модельним гостем була дівчина, яка приїхала з Німеччини у робоче відрядження. *З етичних переконань ми не можемо називати імені та прізвища осіб, що були задіяні в експерименті.* Гостя зверталася тільки англійською мовою, вдавала не розуміння меню та задавала безліч різноманітних питань. Бариста та офіціанти проявляли чітку і сильну активну позицію, допомагали гостю зрозуміти меню та радили напої та страви. Психологічний клімат був сильний.

Для того, щоб перевірити не лише знання інструкцій, а й справжню психологічну настанову (емпатію та готовність), використовували методику STAR (Situation, Task, Action, Result) – це ефективна техніка для надання структурованих і переконливих відповідей на запитання під час співбесіди. Вона допомагає не просто відповідати на питання, а чітко показувати, як ваші навички та досвід допомогли досягти результатів у реальних ситуаціях. Методика STAR не має одного конкретного автора-людини, чиє ім'я увійшло б в історію. Вона була розроблена та впроваджена як корпоративна технологія. Автором методики є американська консалтингова компанія DDI (Development Dimensions International), яка спеціалізується на розвитку лідерства та управлінні талантами. Методика досить гнучка і дозволяє об'єктивно зробити висновки за основними категоріями питань та відповідей.

Перелік питань для інтерв'ю з персоналом, розділений за ключовими категоріями туристів:

1. Категорія: "Складний" або конфліктний гість

Мета: перевірити емоційну стійкість.

Питання: «Пригадайте ситуацію, коли гість був незадоволений без об'єктивної причини (просто мав поганий настрій). Що ви відчували в цей момент і як завершилася розмова?»

Проектне питання: «Як ви думаєте, чому деякі клієнти поведуться агресивно з персоналом?» (Це показує, чи схильний працівник звинувачувати гостя, чи намагається зрозуміти психологічну причину).

2. Категорія: Іноземні туристи (культурний бар'єр)

Мета: перевірити когнітивну гнучкість та відкритість до нового.

Питання: «Гість з іншої країни висуває вимогу, яка здається вам дивною або неприйнятною для нашої культури. Ваші дії?»

Ситуація: «Ви бачите, що іноземний гість розгублений, але він не звертається за допомогою. Чи підійдете ви першим? Що саме скажете, щоб не бути нав'язливим?»

3. Категорія: Люди з інвалідністю (інклюзивність)

Мета: виявити рівень етичності та відсутність «жалю», що принижує.

Питання: «Яка головна помилка, на вашу думку, може статися під час обслуговування людини на кріслі колісному або з порушенням зору?» (Шукаємо відповідь про порушення приватності або зайву опіку).

Кейс: «Гість із порушенням слуху намагається щось пояснити, але ви зовсім не розумієте. Як ви побудуєте комунікацію, щоб людина не відчула себе ізольованою?»

4. Категорія: Сім'ї з маленькими дітьми

Мета: перевірити терплячість та багатозадачність.

Питання: «Дитина гостя створює дискомфорт іншим відвідувачам (кричить, бігає). Як ви знайдете баланс між комфортом усіх гостей та лояльністю цієї сім'ї?»

Питання на емпатію: «Що ви зробите, якщо побачите, що мама з немовлям не може впоратися з речами біля входу, хоча це не входить у ваші прямі обов'язки?»

Оцінка психологічної готовності персоналу до роботи з різними категоріями туристів

Таблиця 3.3

Загальний профіль готовності (за результатами аналізу та спостережень)

Категорія туристів	Рівень готовності (%)	Основний психологічний бар'єр
Іноземні туристи	75%	Страх мовної помилки (мовний бар'єр провокує затисність).
Сім'ї з дітьми	90%	Висока терплячість, але низька швидкість реакції на безлад.
Люди з інвалідністю	45%	"Ефект розгубленості": страх образити незграбною допомогою.

Продовження таблиці 3.3

Конфліктні гості	60%	Схильність приймати агресію на власний рахунок (емоційна вразливість).
------------------	-----	--

Аналіз результатів за компонентами.

1. Когнітивний компонент (Знання) — 7/10. Персонал теоретично знає, як поводитися, але знання «сухі». 8 з 10 співробітників знають стандарти, але лише 3 можуть адаптувати їх під конкретну емоцію гостя.
2. Емоційний компонент (Емпатія) — 8/10. Команда в цілому доброзичлива, що є базою для гарного клімату. Високий рівень природної емпатії у молодих співробітників, проте спостерігаються ознаки "емоційної втоми" у тих, хто працює понад 2 роки.
3. Поведінковий компонент (Дії) — 5/10. Найнижчий показник. У нестандартних ситуаціях персонал «завмирає». Під час тест-кейсу з гостем на кріслі колісному, 60% персоналу чекали вказівок адміністратора, замість того, щоб діяти самостійно.

РОЗДІЛ IV

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ СЕРВІСУ КАВ'ЯРЕНЬ

4.1. Розробка тренінгової програми для персоналу щодо підвищення стресостійкості та емпатії.

Персонал кав'ярні часто стикається з різноманітними стресовими факторами, які можуть суттєво вплинути на їхній щоденний робочий досвід. Звичайними джерелами стресу є велика кількість клієнтів у години пік, робота зі складними або незадоволеними клієнтами, багатозадачність під тиском часу та подолання неочікуваних несправностей обладнання. Крім того, необхідність підтримувати бадьорий настрій під час одночасного виконання складних або кількох замовлень посилює тиск. Ці фактори посилюються фізичними навантаженнями, пов'язаними з тривалими змінами, повторюваними завданнями та іноді нечітким спілкуванням з боку керівництва, що може сприяти підвищенню напруги та втоми на робочому місці [12].

Наслідки ситуацій високого стресу для персоналу кав'ярні мають далекосяжні наслідки, впливаючи як на індивідуальну продуктивність, так і на загальну якість обслуговування клієнтів. Коли рівень стресу підвищується, у працівників може знижуватися концентрація, уповільнюватися реакція та збільшуватися ймовірність помилок. Це погіршення продуктивності може призвести до збільшення часу очікування, неправильних замовлень та зниження загальної задоволеності клієнтів. Для ефективної боротьби зі стресом у середовищі кав'ярні важливо впроваджувати надійні методи оцінки як індивідуального, так і командного рівня стресу. Одним із таких методів є проведення тренінгів для команди щодо підвищення стресостійкості та емпатії. Використовуючи сучасні тренінгові практики та консультації з психологами нами розроблена тренінгова програма для персоналу кав'ярні «Бакара кава». Ця тренінгова програма розроблена спеціально для бариста та

працівників сервісу кав'ярень. Робота в цій сфері — це не лише про ідеальну екстракцію еспресо, а й про щоденний емоційний пресинг: ранковий поспіх гостей, черги, незадоволені клієнти та монотонність рутини. Програма поєднує практичні психологічні інструменти для захисту власної психіки (стресостійкість) та техніки екологічного спілкування (емпатія).

Тренінгова програма: «Кава з емпатією: стійкість та сервіс у кожній чашці».

Модуль 1: Стресостійкість. Як не «закипіти» на робочому місці

Мета: навчитися розпізнавати тригери стресу, зберігати спокій під час «запари» та швидко відновлювати внутрішній ресурс.

1. Анатомія стресу в кав'ярні

Теорія: Що таке стрес? Різниця між конструктивним стресом (мобілізація) та дистресом (вигорання). Чому «важкий» гість — це не особиста образа, а його власний контекст.

Інтерактив «Мапа тригерів»: Команда виписує на фліпчарті головні подразники (черга, зламана кавомолка, грубий клієнт, запізнення колеги) і класифікує їх на те, *що ми можемо контролювати*, і *що ні*.

2. Техніки «Швидкої допомоги» під час запари

Практика:

- **Дихання «4-4-4-4» (квадратне дихання):** Як за 1 хвилину біля кавомашини знизити рівень кортизолу.
- **Заземлення:** Фізичні мікро-практики для повернення фокусу (відчуття опори під ногами, дотик до холдера).
- **Техніка «Стоп-кадр»:** Як зробити паузу в 3 секунди перед тим, як відповісти на агресію.

Золоте правило модуля: Ви не можете контролювати потік гостей, але ви повністю контролюєте свою реакцію на нього.

Модуль 2: Емпатія як суперсила бариста

Мета: навчитися «читати» емоційний стан гостя, проявляти щирі турботу без шкоди для власних кордонів та перетворювати випадкових відвідувачів на постійних.

1. Що таке емпатія в сервісі?

Теорія: Різниця між емпатією (розумію твій біль) та симпатією (плачу разом з тобою). Чому робота «на роботі-роботі» (скрипти) програє живому контакту.

Емпатичне слухання: Як почути, чого насправді хоче гість (наприклад, коли людина каже «мені каву швидше», їй потрібна не просто швидкість, а відчуття безпеки, бо вона запізнюється на потяг).

2. Практика емпатичної комунікації

Вправа «Дзеркало емоцій»: Робота в парах. Один учасник описує свій ранок через емоції, інший — намагається вгадати та віддзеркалити цей стан («Я бачу, що ти трохи розгублений...»).

Вербальні маркери емпатії: Заміна сухих фраз на теплі альтернативи.

Сухий скрипт / Токсична фраза

Чи замінити на емпатичну альтернативу?

«Чекайте, у нас черга».	«Бачу, що ви поспішаєте. Я зроблю ваше замовлення максимально швидко, за 3 хвилини».
«Ви самі не сказали, який сироп».	«Ой, мабуть, ми недозрозуміли один одного. Давайте я перероблю каву так, як ви любите».
«Ваша кава готова» (без зорового контакту).	«Ваш капучино, гарного вам дня!» (з посмішкою та поглядом в очі).

Модуль 3: Практикум. Робота з конфліктами та рекламациями

Мета: об'єднати навички стресостійкості та емпатії для вирішення складних ситуацій (кисла кава, переплутане замовлення, агресивний гість).

1. Алгоритм LAST (Міжнародний стандарт сервісу)

L (Listen) — Вислухати: дати гостю випустити пару, не перебиваючи.

A (Apologize) — Перепросити: щиро, від імені закладу (навіть якщо ви не винні особисто).

S (Solve) — Вирішити: запропонувати чітке рішення (переробити, пригостити десертом, повернути кошти).

T (Thank) — Подякувати: за те, що вказали на помилку, адже це шанс стати кращими.

2. Рольова гра «Пекельна кав'ярня»

Учасники діляться на пари «Бариста» та «Складний гість».

Кейси для відпрацювання:

- *Кейс 1:* гість стверджує, що молоко скисло (хоча воно свіже, просто альтернативне).
- *Кейс 2:* гість розлив каву біля каси і звинувачує бариста, що стаканчик був занадто гарячий.
- *Кейс 3:* дуже повільний гість тримає чергу в годину пік, а черга починає сваритися.

Аналіз: що вдалося? Де включилися емоції? Як емпатія допомогла загасити конфлікт?

Модуль 4: Екологічне завершення зміни та самовідновлення

Мета: навчитися залишати роботу на роботі і не нести стрес додому.

Ритуал «Зняття фартуха»: психологічний якір декомпресії. Знімаючи робочу форму, бариста символічно «знімає» з себе всі емоції та проблеми гостей за день.

Шеринг (зворотний зв'язок): кожен учасник ділиться тим, що забирає з собою в роботу (одне інструмент або інсайт).

4.2. Використання методів психологічного розвантаження для запобігання професійному вигоранню працівників.

Професійне вигорання – це психологічний синдром, який проявляється як реакція на тривалий стрес на робочому місці та характеризується

емоційним виснаженням, деперсоналізацією та зниженим відчуттям особистого досягнення. Симптоми можуть бути як психологічними, так і фізіологічними, включаючи хронічну втому, головні болі, дратівливість та загальне відчуття цинізму щодо робочих обов'язків. Примітно, що фахівці, які відчувають вигорання, часто повідомляють про знижену мотивацію, проблеми з концентрацією уваги та повсюдне відчуття неефективності, що разом підриває їхню здатність оптимально функціонувати на своїх посадах. Ці симптоми зазвичай розвиваються поступово, що ускладнює як для працівників, так і для роботодавців розпізнавання та вирішення проблеми до її загострення [9].

Вигорання на робочому місці зазвичай викликається поєднанням факторів, пов'язаних з вимогами роботи та динамікою організації. Серед найважливіших причин – надмірне робоче навантаження, постійний тиск часу, відсутність контролю над робочими процесами та недостатня підтримка з боку колег або керівництва. Крім того, працівники можуть відчувати вигорання, коли стикаються з емоційно виснажливими ситуаціями, недостатнім визнанням їхніх зусиль та поганим балансом між роботою та особистим життям.

Ключові чинники включають:

1. Високе емоційне та фізичне навантаження
2. Низька матеріальна мотивація або неадекватна компенсація
3. Перевантаження складними або монотонними завданнями
4. Відсутність автономії або повноважень приймати рішення.

Ці постійні стресові чинники можуть накопичуватися з часом, поступово перевантажуючи механізми подолання стресу та зрештою призводячи до професійного вигорання. Наслідки професійного вигорання поширюються далеко за межі окремої людини, суттєво впливаючи як на продуктивність працівників, так і на загальний стан здоров'я організації. Вигорання часто призводить до зниження продуктивності, збільшення прогулів та підвищеної

ймовірності помилок на робочому місці, що може поставити під загрозу якість обслуговування або надання продукції. Крім того, організації можуть зіткнутися з вищими показниками плинності кадрів, зниженням морального духу та зростанням витрат на охорону здоров'я через захворювання, пов'язані зі стресом, серед персоналу. Якщо вигорання не вирішувати, воно може підірвати згуртованість команди та порушити організаційну культуру, зрештою зменшуючи здатність установи досягати своїх стратегічних цілей.

Методи усвідомленості та медитації отримали визнання як ефективні методи психологічного полегшення для запобігання професійному вигоранню серед працівників. Ці практики зосереджені на розвитку усвідомленості теперішнього моменту, дозволяючи людям спостерігати за своїми думками та емоціями без осуду, що може значно зменшити вплив щоденних стресових факторів. Дослідження показали, що регулярні сеанси медитації можуть призвести до зниження рівня стресу та тривоги, які є ключовими факторами вигорання. Крім того, вправи на усвідомленість, такі як кероване дихання або сканування тіла, сприяють розслабленню та саморегуляції, оснащуючи працівників інструментами для управління емоційним виснаженням. Інтегровані в робоче середовище, ці методи сприяють культурі психічного благополуччя та стійкості, надаючи працівникам можливість легше орієнтуватися в складних умовах [9].

Когнітивно-поведінкові стратегії є ще одним важливим компонентом в арсеналі методів психологічного полегшення, спрямованих на боротьбу з професійним вигоранням. Ці підходи включають виявлення та переосмислення негативних моделей мислення, які можуть сприяти почуттю неадекватності, цинізму або відчуженості від роботи. Навчившись кидати виклик некорисним переконанням та замінювати їх більш адаптивними, реалістичними перспективами, працівники можуть зменшити емоційне виснаження та підтримувати здоровіший погляд на свої робочі обов'язки. Когнітивно-поведінкові методи також навчають навичкам вирішення проблем

та емоційної регуляції, що додатково підтримує психічне здоров'я в умовах високого стресу на робочому місці. Впровадження цих стратегій на індивідуальному або організаційному рівні може відігравати вирішальну роль у сприянні довгостроковій стійкості та задоволеності роботою [20].

Вправи на управління стресом та релаксацію – це практичні інструменти, які служать негайним втручанням для зменшення фізіологічних та психологічних симптомів вигорання. Такі техніки, як глибоке дихання, прогресивна м'язова релаксація та керована уява, легкодоступні та можуть практикуватися під час коротких перерв протягом робочого дня . Ці вправи допомагають знизити частоту серцевих скорочень, зменшити м'язову напругу та відновити відчуття спокою, протидіючи хронічному стресу, який призводить до вигорання. Ключові переваги вправ на управління стресом та релаксацію включають: - Покращена концентрація уваги та концентрація - Покращена емоційна регуляція - Зниження частоти проблем зі здоров'ям, пов'язаних зі стресом Заохочуючи співробітників інтегрувати ці методи у свій щоденний розпорядок дня, організації можуть сприяти проактивному підходу до психічного благополуччя та запобігати ескалації симптомів вигорання.

Встановлення підтримуючої політики та сприяння здоровому робочому середовищу є важливими кроками для інтеграції методів психологічної допомоги в культуру робочого місця. Організації, які надають пріоритет благополуччю співробітників, часто впроваджують структуровані програми та чіткі рекомендації, спрямовані на зниження стресу та зміцнення психічного здоров'я. Наприклад, пропонування гнучкого робочого графіку, доступ до місць відпочинку на місці та регулярні оздоровчі перевірки можуть створити основу, де співробітники відчують себе цінними та підтриманими. Таке середовище не тільки допомагає запобігти виникненню професійного вигорання, але й підвищує загальну продуктивність та задоволення від роботи, заохочуючи стійкість та відчуття приналежності серед співробітників .

Навчання менеджерів та керівників у сфері психологічної першої допомоги є критично важливим компонентом у проактивному запобіганні професійному вигоранню. Коли керівники розуміють основи розпізнавання показників стресу та надання негайної підтримки, вони стають союзниками на передовій у підтримці психологічно здорової атмосфери. Навчальні сесії можуть охоплювати такі важливі навички, як активне слухання, методи деескалації стресу та рекомендації щодо спрямування співробітників до відповідних ресурсів психічного здоров'я. Такий підхід гарантує, що менеджери не тільки готові реагувати на кризи, але й можуть виявляти та усувати ранні ознаки вигорання, перш ніж вони загостряться [20].

Сприяння відкритому спілкуванню щодо психічного здоров'я на робочому місці є ще одним ключовим фактором інтеграції методів психологічного полегшення в організаційну культуру. Заохочення працівників до обговорення своїх стресових факторів та емоційного благополуччя зменшує стигму та сприяє відчуттю спільноти. Регулярні форуми, канали анонімного зворотного зв'язку та кампанії з підвищення обізнаності про психічне здоров'я можуть допомогти нормалізувати ці розмови та полегшити людям звернення за допомогою, коли це необхідно. Створюючи середовище, де психічне здоров'я відкрито обговорюється, організації надають працівникам можливість вживати проактивних заходів для управління своїм психологічним благополуччям, тим самим зменшуючи ризик професійного вигорання.

Мотивація працівників до використання ресурсів психологічної допомоги має вирішальне значення для запобігання професійному вигоранню та сприяння здоровому робочому середовищу. Коли організації активно пропагують доступність та переваги цих ресурсів, участь працівників зростає, що призводить до кращого управління стресом та емоційного благополуччя. Ключові мотиваційні стратегії включають чітке інформування про цінність психологічної підтримки, інтеграцію мотиваційних елементів, таких як визнання участі, та узгодження програм допомоги з особистими та

професійними цілями працівників. Було показано, що такі підходи зменшують вигорання, підвищуючи обізнаність та підкреслюючи позитивні результати залучення, такі як підвищена стійкість та задоволення від роботи. В результаті працівники відчують себе більш впевненими у доступі до ресурсів без стигми, що підвищує загальний моральний дух на робочому місці.

Розробка програм психологічної допомоги, які є одночасно доступними та інклюзивними, гарантує, що всі працівники, незалежно від походження чи посади, можуть скористатися системами підтримки. Інклюзивні програми задовольняють різні потреби, пропонуючи різні способи, такі як особисте консультування, цифрові ресурси та групові семінари. Доступність додатково покращується завдяки гнучкому графіку, конфіденційним варіантам участі та ресурсам кількома мовами. Ці конструктивні міркування полегшують співробітникам взаємодію з підтримкою на власних умовах, тим самим розширюючи охоплення та вплив зусиль щодо запобігання вигоранню. Як наслідок, різноманітний робочий колектив відчуває себе визнаним та підтриманим, що зміцнює єдність та довіру організації [9].

Відстеження участі співробітників та збір відгуків є важливими для постійного вдосконалення ініціатив психологічної допомоги. Регулярний моніторинг рівня використання, збір анонімних відгуків та проведення періодичних оцінок допомагають організаціям виявляти перешкоди для залучення та сфери для покращення. Діючи на основі цих відгуків, роботодавці можуть вносити корективи на основі даних до змісту програми, методів її надання або комунікаційних стратегій, гарантуючи, що надана підтримка залишається актуальною та ефективною. Цей ітеративний процес не лише збільшує використання програми, але й сигналізує співробітникам, що їхній досвід та думки цінуються, що ще більше підвищує залученість та відданість запобіганню вигоранню.

Оцінка ефективності методів психологічної допомоги для запобігання професійному вигоранню вимагає використання надійних інструментів та

показників, розроблених для оцінки рівня вигорання серед працівників. Ці інструменти часто включають стандартизовані анкети, регулярні опитування щодо самозвітності та контрольні списки спостережень, які допомагають організаціям виявляти ранні ознаки емоційного виснаження, деперсоналізації та зниження особистих досягнень. Наприклад, системи, які відстежують відчуття недооцінки зусиль, яке відчували 6,9% працівників у нещодавній оцінці, є важливими для розуміння поширеності та нюансів вигорання серед працівників..

Оцінка результатів програм психологічної допомоги та їхнього впливу на благополуччя працівників є важливим кроком у процесі профілактики. Організації відстежують різні показники, такі як зміни рівня тривожності, задоволеності роботою та загального психічного та фізичного здоров'я, щоб визначити ефективність програм. Цей процес оцінювання часто включає постійну діагностику, що проводиться фахівцями з психічного здоров'я, збір відгуків від учасників та регулярний моніторинг для фіксації як кількісних, так і якісних змін з часом. Зосереджуючись на цих результатах, роботодавці можуть гарантувати, що їхні втручання справді корисні, підтримуючи працівників у збереженні стійкості та знижуючи ризик вигорання.

Для оптимізації стратегій запобігання вигоранню вирішальне значення має внесення коригувань на основі даних, зібраних показників та відгуків працівників. Аналіз результатів поточних оцінок дозволяє організаціям визначити, які аспекти їхніх програм психологічної допомоги є найефективнішими, а які потребують удосконалення.

ВИСНОВКИ

1. Досліджено, що психологія гостинності є спеціалізованою галуззю, яка адаптує фундаментальні психологічні моделі до умов сервісного середовища. Її сутність полягає не просто в механічному виконанні функцій (подачі їжі чи напоїв), а у створенні комфортної, довірчої та позитивної емоційної атмосфери для гостей.
2. Сучасний турист оцінює кав'ярню через призму комплексного сенсорного досвіду (дизайн інтер'єру, освітлення, акустика) та прагне культурної автентичності (дегустація локальних фірмових страв і напоїв). Водночас зростає запит на інклюзивність (доступність для людей з інвалідністю, гнучкість меню щодо дієтичних потреб) та технологічність (безконтактні цифрові платежі, наявність Wi-Fi та QR-меню).
3. Система сервісу закладу орієнтована на широку клієнтську базу (місцеві жителі, студенти, туристи). Для залучення міжнародних мандрівників у кав'ярні впроваджено елементи мовної адаптації (володіння персоналом базовою англійською мовою, багатомовні меню) та протоколи індивідуального налаштування замовлень за дієтичними чи релігійними потребами.
4. Опитування 300 туристів (січень–травень 2026 р., локація: вул. Бандери, 4) показало надзвичайно високі оцінки доброзичливості персоналу (4.9 балів) та загального емоційного комфорту (4.8 балів). Атмосферу закладу гості найчастіше описують як «затишну» (40%) та «теплу» (25%). Виявлено «вузькі місця» в організації простору: 20% респондентів відчують легкий психологічний тиск («ефект підслуховування») через занадто близьке розташування столиків. Також зафіксовано акустичний дискомфорт у часи пік через шум кавомашини та гучні розмови (оцінка критерію - 4.2 бали).
5. Діагностика персоналу за допомогою методики STAR та спостережень виявила дисбаланс між компонентами готовності: за високого рівня емпатії

(8/10) та достатніх теоретичних знань стандарту (7/10), поведінковий компонент оцінено найнижче (5/10) — у нестандартних ситуаціях працівники схильні «завмирати». Визначено рівні готовності до роботи з окремими групами: найвищий — з сім'ями з дітьми (90%), середній — з іноземними туристами (75%, наявний бар'єр страху мовної помилки) та конфліктними гостями (60%, схильність приймати агресію на власний рахунок). Найнижчу готовність зафіксовано у роботі з людьми з інвалідністю (45%), що зумовлено «ефектом розгубленості» та страхом образити незграбною допомогою.

6. Розроблено та запропоновано до впровадження спеціалізовану тренінгову програму «Кава з емпатією: стійкість та сервіс у кожній чашці», яка складається з 4 модулів. Програма спрямована на розвиток стресостійкості персоналу (через техніки квадратного дихання, заземлення та «стоп-кадру»), підвищення рівня емпатичної комунікації (вправа «Дзеркало емоцій») та відпрацювання навичок вирішення конфліктів за міжнародним алгоритмом LAST (Listen, Apologize, Solve, Thank).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bacara coffe, офіційний сайт: <https://bacara.com.ua/>
2. Bacara Театральна:
<https://expz.menu/fe6b6df0-361c-4b93-a071-2806af18cbd2>
3. Kimes S. E., Patterson J. Customer Perceptions of Servicescapes in the Food and Beverage Industry. *Cornell Hospitality Quarterly*. 2021. Vol. 62, No. 3. P. 312–325.
4. Parasuraman A., Zeithaml V. A., Berry L. L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. 2020. Vol. 64, No. 1. P. 12–40.
5. Zeithaml V. A., Bitner M. J., Gremler D. D. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 8th ed. McGraw-Hill Education, 2023. 544 p.
6. Бойко В. О. Психологія сервісу в індустрії гостинності : навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2021. 248 с.
7. Васильєва О. А., Кононенко В. В. Тренінг як інструмент формування сервісної поведінки персоналу в індустрії гостинності. *Економіка, управління та адміністрування*. 2025. № 3 (31). С. 45–52.
8. Голованова Т. П. Конфліктологія в сфері туризму та гостинності: теорія і практика управління рекламаціями : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. 190 с.
9. Грішнова О. А., Мішин О. В. Професійне вигорання контактного персоналу в сфері послуг: причини, наслідки, профілактика. *Україна: аспекти праці*. 2022. № 4. С. 33–41.
10. Державне агентство розвитку туризму в Україні:
<https://www.tourism.gov.ua/>
11. Забаштанська Т. В., Оліфіренко Г. О. Економіка вражень як сучасний вектор розвитку ресторанного бізнесу. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2023. № 2 (92). С. 104–112.

12. Зеленська Л. М. Тренінгові технології розвитку комунікативної компетентності працівників сервісних організацій. Актуальні проблеми психології. 2021. Том. 11, Вип. 24. С. 154–167.
13. Ілляшенко С. М., Шпильова В. О. Психологічні чинники формування лояльності споживачів на ринку туристичних та ресторанних послуг. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2021. № 1. С. 45–56.
14. Карамушка Л. М. Психологія управління та організаційна психологія в умовах змін : монографія. Київ : Наукова думка, 2023. 264 с.
15. Ковальчук Т. І., Мельник О. В. Емоційний інтелект як чинник професійної успішності персоналу ресторанного бізнесу. Психологічні перспективи. 2023. Вип. 41. С. 112–125.
16. Кривоберець Б. І. Психологія сприйняття бренду закладу ресторанного господарства: роль візуальної та просторової айдентики. Актуальні проблеми психології. 2024. Том 7, Вип. 32. С. 118–130.
17. Максименко С. Д., Носенко Е. Л. Емпатія та емоційна стійкість працівників сфери «людина-людина»: методики психотренінгу : навч.-метод. посіб. Дніпро : Інновація, 2023. 198 с.
18. Мальська М. П., Гаталяк О. М. Міжнародний туризм та сфера гостинності: особливості обслуговування іноземних туристів : навч. посіб. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2020. 312 с.
19. Миронов Ю. Б., Свидрук І. І. Психологічні аспекти створення безбар'єрного середовища у закладах туристичної інфраструктури. Індустрія гостинності в Україні: стан та перспективи розвитку. 2024. С. 89–97.
20. Музика О. Л. Психологія спілкування з клієнтами в сфері послуг. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2020. 186 с.
21. Нечаюк Л. І., Телеш Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент та сервісологія : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 352 с.

22. Павлова О. С. Методика проведення соціально-психологічного тренінгу для працівників контактної зони підприємств харчування. Психологічний часопис. 2022. № 8 (4). С. 67–79.
23. П'ятницька Г. Т., Найдюк В. С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. Економіка та держава. 2021. № 5. С. 22–29.
24. Романова Н. Ф. Сервісологія: психологічні аспекти взаємодії зрілого споживача та персоналу закладів ресторанного господарства. Вісник КНТ Архіпов В. В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 342 с.
25. Салават С. В. Сенсорний маркетинг кав'ярень: психологічний вплив атмосфери закладу на поведінку споживачів. Маркетинг в Україні. 2023. № 2. С. 14–23.
26. Сидоренко О. В. Технологія створення та проведення комунікативних тренінгів для сервісних служб. Психологічні тренінгові технології в освіті та бізнесі. 2024. Вип. 12. С. 88–101.
27. Ткаченко Т. І., Бовш Л. А. Інклюзивний сервіс в індустрії гостинності: психологічна готовність та просторові рішення. Scientia Fructuosa. 2024. № 1. С. 78–93.
28. Федорченко В. К. Психологія туризму : підручник. Київ : Вища школа, 2018. 271 с.
29. Шаповалова О. М. Ресторанний сервіс: технології проектування клієнтського досвіду (Customer Experience). Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 210 с. ЕУ. 2022. № 3. С. 45–58.
30. Шевченко Н. Ф., Грицук О. М. Психологічний тренінг протидії професійному вигоранню контактного персоналу підприємств харчування. Практична психологія та соціальна робота. 2024. № 2. С. 14–25.