



Host és hostess az idegenforgalomban

Módszertani ismeretek kezdő és gyakorló
szakemberek részére

Írta: Hútiray Judit

„A Szakképzési Tankönyv és Taneszköz Tanács javaslataira a tankönyv használatát az oktatási miniszter az S 302.204/99. szám alatt engedélyezte”

Irtá:
Hutiray Judit

Lektorálta:
Kubesch Mária
Weber Mária

© Hutiray Judit
és a KIT Képzőművészeti Kiadó és Nyomda Kft., Budapest, 2000

ISBN 963 336 852 7

Kiadja a KIT Képzőművészeti Kiadó és Nyomda Kft. 2001
Feladás kiadó: Dr. Asbóthné Alvinczy Katalin ügyvezető igazgató
Azonosítási szám: 59611

BEVEZETÉS	5
I. TURIZMUSRÓL ÁLTALÁBAN	9
1. Idegenforgalmi szolgáltatás alapfogalmai	9
2. Idegenforgalmi szolgáltatás sajátosságai	10
3. Marketingszemlélet szükségessége	12
4. A turizmus intézményrendszere	13
II. KOMMUNIKÁCIÓ	15
1. Alapfogalmak	15
1.1 Kommunikáció fogalma, az emberi kommunikáció sajátosságai	15
1.2 Emberi kommunikáció jellegzetes fajtainak csoportosítása	16
1.3 A kommunikációs folyamat	17
1.4 A nyelvi jelrendszer sajátosságai	18
1.5 A metakommunikációs jelrendszer	18
1.6 Kultúra és kommunikáció	20
1.7 Kommunikáció hatékonysága	22
1.8 A munkavégzés mint sajátos kommunikációs terep	23
2. Alkalmazott kommunikáció	24
2.1 Írott verbális kommunikáció a gyakorlatban	24
2.2 Szóbeli verbális és nem verbális (metakommunikáció) a gyakorlatban	25
A munkára való felkészülés és a munkavégzés	25
– Jog, erkölcs, etikett és protokoll a hostess életében	25
– Legyenek frissek, üdék, pihentek, szakmailag minden szempontból felkészültek!	26
– Mindenekelőtt a testi higiénia!	27
– Legyenek diplomatikusak, toleránsak, megértőek, lapintatósak és diszkrétiek!	29
– Hogyan telefonáljunk?	30
– Hogyan lehetünk sikeresek? – A vonzalomról általában	31
– Hány éves korig lehet valaki host, hostess?	32

62		FELHASZNÁLT ÉS AJÁNLOTT IRODALOM
61		MELLÉKLET
59		7. Záró gondolatok
56		6. Gyakorlati feladatok a majdani munkavégzéshez
55		5. Hostessközvetítő cégek, árak, szolgáltatások
54		4. A hostess erkölcsi és anyagi felelőssége
54		3. Ajándék, bortavalo, adózás
52		2. Hostessok közlekedéshez kapcsolódó ügyintézése
52		1. Ünnepek a hostessmunka során, munka ünnepeken
52		IV. HASZNOS TUDNIVALÓK – ZÁRÓ GONDOLATOK
50		3.5 Egyéb hostessmunkák
50		3.4 Hostessmunka sport- és kulturális rendezvényeken
49		3.3 Hostessmunka kongresszusokon és konferenciákon
48		3.2 Hostess kiállításon és szakkonferenciákon
47		3.1 Hostess az üzleti életben
47		3. Alkalmi, időleges hostess tevékenységek
46		– Hostessmunka kulturális rendezvényeken, csinosokban
46		– Hostessmunka szabadidőparkokban, témaparkokban
45		– Hostess a vendéglátásban – éttermi munka
45		2.3 Nem szállodai hostess feladatok
45		2.2 A győgszállodai hostess munkája
41		– Munkaszervezés, feltelek, technikák
40		– Kisegítő hostess tevékenységek a szállodában
39		– Jegybeszerzés művészeti és szórakoztató rendezvényekre
38		– A hostess, mint Mädchen für Alles
38		– Saját programok
37		– Idegen (külső) utazási irodák programjainak értékesítése
37		– A transzfer gépjárművek szakmai felügyelete
37		– Guide, tolmács, baby-sitter szolgálat
37		– Pénzváltás
35		– Információ
34		2.1 A szállodai hostess
34		2. Állandó hostessmunkák
33		1. A munkaszervezés
33		III. HOSTOK ÉS HOSTESSK FELADATAI

Egy kis önvizsgálat – a bevezetés ele

Kedves Olvasó! Leendő host és hostess! Mielőtt tovább folytatná az olvasást, kérem tartson egy kis személyiségvizsgálatot!

- Nyílt, derűs, nyugodt, extrovertált, türelmes, diszkrét, empátikus és mindemelllett kellemes megjelenést és jó modort Ön?
- Személyisége energikus, dinamikus? Be tudja osztani idejét és erejét?
- Jó a kapcsolatteremtő képessége? Nem sérti a büszkeséget, ha másokat kell kiszolgálnia?
- Van Önben alkalmazkodóképesség, határozottság anélkül, hogy agresszív lenne?
- Tud igénygyeőrően kérdezni? Képes információt szerezni a legkülönbözőbb témákban, illetve szakterületekről, és azokat rendszerezni, feldolgozni és továbbítani?
- Kelőképpen kreatív Ön? Képes problémák megoldására? Van Önben szervezőkészség? Tud gyorsan megfontolt érdemi döntéseket hozni, és azokat hatádektalanul megvalósítani?
- Képes a másság elfogadására? Képes arra, hogy az Öntől eltérő véleményr, kultúrát, személyiséget, gondolkodásmódot toleráljon anélkül, hogy ez Önben feszültséget okozna?
- El tudna fogadni olyan helyzeteket, amelyben Önnel kevésbé művelt és iskolázott emberek utasítják, ugárlatják, esetleg indulatosan viselkednek Önnel, avagy látszólag indok nélkül megsértik?
- Képes arra, hogy elismerje, ha hibázott és elnézést kérjen? Néhan képes erre akkor is, ha úgy érz méltatlanul, esetleg igaztalanul vádolják? Van Önben jó értelemben vett alázat?
- Képes 12 órán keresztül talpon maradni, mosolyogni és mindvégig azt az érzést kelteni megbízóájában, főzőkében vagy a vendégben, hogy az Ön számára a lehető legnagyobb öröm a feladat teljesítése?

Amennyiben a kérdések többségére, néhan mindegyikére igennel válaszolt, akkor Ön az ideális hostess!

Ha nem, de a jegyzet elolvasása után még mindig kedvet érez ehhez a munkához, akkor próbáljon személyiségefjlesztő gyakorlatokkal, rendszeres önvizsgálattal és nagy elszárással illecmé válni ahhoz, hogy hostessként sikeres lehessen!

Kedves Jéfi Olvasóim! Bár a szakmában többnyire hostesssek dolgoznak, a legkülönbözőbb szakterületeken nagy szükség van a hostok vagyis az Önök közreműködésére. A jegyzet tehát Önöknek is szól, de a rövidség és az egyszerűség kedvéért – ne vegyék

zokon – a továbbblikkban a host és hostess kifejezések együttes használata helyett többnyire csak a hostesset használom.

A jegyzet alkalmazhatóságát és használatosságát nem szűkíteném csupán a hostessék körére. Úgy vélem, hogy minden gyakorló vagy leendő vendégtérben dolgozó idegenforgalmi szakember részére tartalmas részben vagy egészben hasznos és használható információkat, tanácsokat a sikeres munkavégzéshez.

És most jöhet a bevezetés...

Mindenezek után engedjenek meg néhány bevezető gondolatot, mintegy használati utasítás-ként a jegyzethez.

E jegyzet írásánál célom nem pusztán gyakorlati tanácsok nyújtása leendő hostesséknéknak saját munkaterületükre. Célom nem tananyagírás hostess „betanított szakmunkások” részére. Sokkal inkább gondolatébresztőnek számom e munkát. Egyfajta szemlélet, gondolkodásmód, munkához és vendéghez való optimális viszonyulást szeretnék Önök felé közvetíteni.

Szeretném lehetőséges munkaterületeik gazdasági környezetét bemutatni, az idegenforgalmi szektor sajátosságait és intézményrendszerét, a marketing szemlélet szükségességét, a kommunikáció elméletének és gyakorlatának legfontosabb összetevőit, amelyek tudatos ismerete a szolgáltatásközpontú munkavégzés nélkülözhetetlen velejárója.

Meggyőződésem ugyanis, hogy a rész nem működethető jól az egész ismerete nélkül. Sokéves gyakorlati szakmai tapasztalatom mutatja, hogy mindezeken ismeretben, rendszerbe illesztéssel – természetesen a megfelelő konkrét szakismeretek birtokában – sokkal valószínűbb a sikeres munkavégzés, a munkához elengedhetetlenül szükséges háttér-identitás felvállalása mellett.

Hostiként, hostessként vagy bármely más idegenforgalomban dolgozó szakemberként nagyon fontos szem előtt tartani azt, hogy maradéktalanul és egyszerre kell képviselnem a vendég, a cégem, megbízóm, illetve az országom érdekeit. Ebben rejlik többek között a hostess erkölcsi felelőssége. Erre még A hostess erkölcsi és anyagi felelőssége címtől fejezetben visszatérünk.

Mindenezek után természetesen szó lesz arról is, hogy mely munkaterületeken dolgoznak hostessék a turizmusban és melyek lehetséges munkafeladataik.

Egyaránt kitérek a jó munkavégzéshez a felkészülés és a munka lebonyolításának folyamatszakszámban szükséges konkrét ismeretekre, meghatározott gyakorlati feladatokat is adva Olvasóimnak.

Lesz szó a hostessmunkához kapcsolódó munkaközvetítő cégekről, vendégtípusokról és a velük szemben tanúsítandó célravezető magatartásformákról, valamint munkaszervezési kérdésekről és szervezeti struktúrákról.

Kezdjük mindjárt az elején!

Az angolból átvett szó magyar jelentése házigazda, háziasszony. Nem az otthoni vendégségek rendezői, meghívottai értjük alatta, hanem a hivatalos házigazdákat, vagyis azokat akik megbízzók képviseléseiben, átruházott jog-, illetve feladatkorben látnak el házigazdai tevékenységet.

A munka lehet **alkalmi, eseti**, tehát behatárolt időtartamra szóló (egy nap, néhány hét vagy hónap) megbízatás avagy **állandó** munkaviszonyt jelentő megbízatás. Hostessmunka végezhető az országon belül, de külföldön is.

A hostessmunkák a legkülönbözőbbek lehetnek, de mindig van egy közös vonás. Alapvetően **szolgáltatás jellegű tevékenység**, ami azt jelenti, hogy az ügyfél nem tárgyalásult termékért, nem tulajdonjogot vásárol, hanem azért fizet, hogy ő maga avagy vendége jól, otthonosan, biztonságban érezze magát valahol.

Közös elem továbbá minden hostess-tevékenységben az **információ** megszerzése, selektálása és továbbítása. Erdemi hostessmunka végzéséhez elengedhetetlen idegen nyelvek magas szintű ismerete, és a kommunikáció elméletének, illetve gyakorlatának ismerete, tudatos alkalmazása.

Mely területen dolgoznak (dolgozhatnak) hostesssek?

A fejlett piacgazdasággal rendelkező országokban az ún. tertiér szektor dominál. Az ipar és a mezőgazdaság egyre inkább háttérbe szorult a szolgáltatáshoz képest. Az USA-ban az összdolgozó (állományi) létszám mintegy 70%-a dolgozik a szolgáltatási szférában.

Az 1990-es évek elején a gazdasági szerkezetváltás megkezdésével Magyarországon is megjelent ez a tendencia. A munkaerőpiac egyelőre szinte korlátlan mennyiségben igényel idegen nyelveket beszélni, informálkálni jól tudó szakembereket.

Ennek az igénynek megfelelően gomba módra szaporodtak el az igényes és a kevésbé igényes hostessképzési megvalósító állami és magániskolák. A képzést nemegyszer meghirdetik olyan hostess-munkaközvetítő cégek is, melyek ragaszkodnak saját szakembergárda kialakításához. Itt gyakorlatilag a munkához jutás feltevéle egy hosszabb-rövidebb saját szervezéstől tanfolyam elvégzése.

Találkozhatunk hostesssekkel a politikai életben (Parlament, önkormányzatok), a pénzügyi életben (bankok, pénzügyi szféra), az egészségügyben (magánkórházak) és még sorolhatnánk.

Ebben a jegyzetben tanulmányai szempontjából a legfontosabb területen, a **turizmusban** dolgozó hostesszekről olvashatnak.

Ki nem hostess?

Sokakban sajnos nemegyszer még mindig zavaros képzetlétst figyelhetünk meg a hostess szó hallatán.

Itt kívánom hangsúlyozni, hogy nem hostess az akti fotómodell, a vendégek szórakoztatását és foglaltsát inspirálni hivatott konzumhőgy és nem hostess a testét áruba bocsátó prostitúal, bár kétségtelenül mindannyian szolgáltatásokat nyújtanak, és itt nem vitatom, hogy tevékenységre szükség lehet.

Biztos vagyok benne, hogy a gazdasági szerkezetváltás megvalósulásával tanúi lehetünk majd annak a tudati szférában megvalósuló szemléletváltásnak is, amelynek eredményeképpen mindenki annak tekinti a hostess, ami: a gazdasági élet egyik fontos szereplője, otthonosság- és biztonságérzetet, információt közvetítő idegenforgalmi szakember, hivatalos házigazda.

1. Idegenforgalmi szolgáltatás alapfogalmai

A hétköznapi ember a turizmus szó hallatán különböző dolgokra gondol, van olyan, akinek ez családi hétvége, van akinek bakancsos-hátizsákos hegyi kirándulás, másnak pedig egy dél-európai utazást jelent. A szakma számára azonban pontosabb megfogalmazásra van szükség. A WTO és az Interparlamentáris Unió 1989-ben elfogadott Hágai Nyilatkozata a turizmust az alábbi módon definiálja:

„A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyén kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.”

A turizmus mint szakkifejezés egyenértékű az idegenforgalommal, a továbbiakban – és a gyakorlatban – ezek szinonimaként kerülnek alkalmazásra.

A turizmus nem vizsgálható önmagában, ez egy nyílt rendszer. Szoros kölcsönhatásban működik gazdasági, politikai, társadalmi, ökológiai, technológiai és kulturális környezetével. A turizmus fejlődését és jelentőségét szemlélteti az alábbi néhány Lengyel Márton: értékek, a tökébecfektetések és a foglalkoztatás tereén egyaránt.

A turizmus növekedési uteme meghaladja a világgazdaságot a forgalom, a hozzáadott ban, döntő hányaduk kis és közepes méretű vállalkozásokban. Ez a tendencia az 1990-es évek elején nálunk is elkezdődött.

A fenti számadatok alakulása, vagyis a turizmus szektor fejlődésének dinamikája azt mutatja, hogy az **idegenforgalmi munkaerőpiac** hosszú ideig képes biztos megéllhetést és jó munkaadalkalmakat biztosítani a valóban kvalifikált szakemberek részére.

A turizmus/idegenforgalom egy adott ország nemzeti gazdaságának fontos eleme, és mint ilyen, a közgazdaságtan szokásos fogalmaiival tárgyalható. (Termék, piac, kereslet/kínálat, ár stb). Vizsgáljuk meg ezeket a fogalmakat egy kicsit közelebbről!

Az idegenforgalmi piac a turisztikai kiutó és fogadó helyek közötti gazdasági és társadalmi kapcsolatok legfontosabb formája, az árak által behatárolt kínálat és kereslet találkozására. Az idegenforgalmi piacon a kínálat és a kereslet tereén és időben elter egyenástól, az idegenforgalmi termékcsopott elemel nem tárolható és nem szállítható. Az egyenástól tereén és időben elkülönült keresletet és kínálatot a marketing, illetve az utazás (közlekedés a kiutó tereültől a fogadó helyre) köti össze egyenással.

Az idegenforgalmi termék az a kínálati halmoz (termék- és szolgáltatáscsoport), amely a vonzerőtől (természeti és ember alkotia vonzerő), valamint a turizmus céljára létrehozott intézmények szolgáltatásaiból és egyéb fogyasztási cikkekéből áll. Célja a turista igényeinek mind teljesebb kielégítése.

Az idegenforgalmi **keresletet** döntően a turisták szabadideje, szabad rendelkezési jövedelme és utazási motívációi befolyásolják.

Az idegenforgalmi terméket (**kínálatot**) a **szolgáltatások** dominálják. Az idegenforgalmi **megjelenési formái** sokféleképpen **csoportosíthatók** (nemzetközi aktív és passzív, illetve belöldi turizmus, egyéni vagy szervezett turizmus). A turizmus csoportosítható az igénybe vett közlekedési eszközök szerint, a szezonálítás, illetve a motíváció, valamint a tartózkodási időtartam szerint is. A turista költsége szerint megkülönböztetünk tömeg-, minőség-, illetve exkluzív turizmust.

Témánk szempontjából célszerű a turizmus finanszírozását vállalo, illetve ezi köveiden a motíváció szerinti csoportosítás.

Amennyiben a turizmus alanya az utazó fedezi a turizmussal kapcsolatosan felmerülő költségeket, **szabadidős, illetve vakációs turizmusról** beszélünk.

Abban az esetben, ha az utazás munkaidőben történik, és a megbíró vagy a meghívó fél finanszírozza azt és nem a turizmus alanya, úgy **hivatásturizmusról** beszélünk.

A turista motívációi szerinti a szabadidős vagy vakációs turizmus számos formáját ismérjük. A legjellemzőbbek a teljes egészében nyelvi: üdülő, körutazó, látogató, city (városi), falusi, gyögyturizmus, vallási, sport-, klub-, hobbi-, kaland- és szexutizmus, falusi, zöld- (alternatív), természetjáró, bakancsos turizmus stb.

A hivatásturizmus többnyire üzleti utak, kongresszusok, konferenciák, rendezvények, kiállítások, szakkonferenciák, inszenzírt utak, tanulmányutak, vendégcsereplések (sport-, művészeti események) formájában jelenik meg.

A turizmus iránt elméletilegben érdekelt Olvasó figyelembe ajánlom Lengyel Márton A turizmus általános elmélete című munkáját, ahol sok fontos, a turizmussal kapcsolatos ismeretanyaggal találkozhat.

2. Idegenforgalmi szolgáltatás sajátosságai

P. Kotler meghatározása szerinti szolgáltatás minden olyan cselekvés vagy teljesítmény, amelyet valamilyen felajánlóval egy másiknak, és ami lényegében nem tárgyiassal és nem eredményez tulajdonjogot semmi fölé. Előállítás vagy kapcsolódik fizikai termékhez, vagy nem (P. Kotler: Marketing management).

Tárgya szerinti az általános piacon megjelenő kínálat a tiszta árutól a tiszta szolgáltatásig terjedhet. Négy alapvető kinevelti kategóriát különböztetünk meg.

- Tiszta tárgyiassal termék (szappan, zászló).
- Tárgyiassal termék kiegészítő szolgáltatással (gépkocsi garanciával, karbantartással).
- Jelenlét szolgáltatás kisebb kiegészítő termékekkel, szolgáltatásokkal (légi utazás az utasnyújtott ellátással, távbeszélő-szolgálati készségekkel).
- Tiszta szolgáltatás (masszázs, pszichoterápia, baby-sitting).

Cz a szemlélet lehet a sikeres működés záloga. A **romlékonyság** azt jelenti, hogy a szolgáltatások nem tárolhatók. A rakítározás kizárólag a szállítási idő alatt történik. Az a szállító, aki nem tudja, hogy a szállított áru hol van, az nem adhat el mást, mint a szállítást. A vállalatok számára a logisztika nemcsak a szállítást jelenti, hanem a teljes értékláncot. A vállalatok számára a logisztika nemcsak a szállítást jelenti, hanem a teljes értékláncot. A vállalatok számára a logisztika nemcsak a szállítást jelenti, hanem a teljes értékláncot.

nyílik az igényes szolgáltatás nyújtásával kapcsolatos ismeretekre. A profi szinten történő szolgáltatásnyújtás légitársaságok, szállítókak, exkluzív üzemek, bankok, luxus szórakozóhelyek esetében követelmény. Nem véletlenül, hiszen az ilyen cégek komoly összegeket fordítanak cégük jó hírnevére, vigyáznak arra, hogy imázsuk a szolgáltatások egyenletes színvonalra következtében mindig vonzó maradjon. A turizmusban (de nem csak ott) az lenne kívánatos, hogy minden cég vezetésre a kit-csústól a legnagyobbbírig törekedjen **minőség**i szolgáltatás nyújtására, mert hosszú távon csak

ten befolyásolja a szolgáltatás eredményét.

A szolgáltatás **értékökny**, mert nagyban függ a szolgáltatást nyújtó személytől és attól, hogy hol és mikor nyújtja a szolgáltatást. Ezért a profi szolgáltatók már az alkalmi-zottak kiválogatásánál figyelnek arra, hogy megtehető adottságokkal rendelkező dolgozókat vegyenek fel. Másrészt dolgozókat vállalati tréningeken és továbbképzéseken megta-

Az elválaszthatatlanság azt jelenti, hogy a szolgáltatásokat kölcsönhatásuk pillanatában többnyire el is fogyasztják. Az ügyfél jelenlétére támaszkodik a szolgáltatás (de nem mindig és főként nem fizikailag) része a szolgáltatásnak, a szolgáltatást nyújtóval kölcsönhatásban mindkét-

tv, nagyban függ a fogyasztó lelki és tudati állapotaival, adott esetben hangulataival. Egy adott idegenvezetői teljesítménye egy városnézés során két külföldiöz turista, saját hangulataival, felkészültségével, nyelvismeretével függően például értékelhet nagyon jóra

szerint (váltózkonyás) és végül e termék nem kerülhet rakatlára (romlétkonyás). **A megfoghatatlanság**, vagyis az, hogy a szolgáltatások nem tárgyasulnak, oda vezet, hogy standardizálásuk nem vagy csak nehezen lehetséges; a minőség megítélésé szubjekt-

csupán információ, tárgyközlést kíván szerezni.

A szolgáltatás mint termék rendelkezik néhány különös jellemzővel: e termék nem látható (megfoghatatlanság), e termék nem választható el a termelő és a fogyasztó kapcsolataitól (választhatatlanság), e termék külföldön helyi, időponthelyi és igénybevevő

vannak.
Nagyon fontos, hogy a vendég ne érezzen különbséget a szolgáltatás minőségében, függetlenül attól, hogy a szolgáltatás igénybevételeivel profitorozsért-e a szolgáltatást, vagy

A szolgáltatótást nyújtók körében a célkitűzések – haszonra vagy nem haszonra dolgozó cégg – között (szálloda, utazásiroda avagy információs, tájékoztatóiroda) különbségek
tenyerjósias), mas részenci nem (bankszámlavezetés, autójavítás, grafológiai jellemzés).

vagy szakképzésen. A szolgáltatások egy részénél szükségessé az ügyfél jelenléte (kozmetika, úszásoktatás,

Egy szolgálati megkötöttség miatt az állam, hogy közvéleményi emherek vagy be-
dezesek nyújtsák, ezen belül a szolgálati nyújtó vagy berendezéseket kezelő szakkepczet

A szolgáltatók által dominált turisztikai termékek értékesítése **bizalomra** épül. A vendég tárgyiassult elemekkel álszött „álmot” vásárol, amikor befizeti egy utazásra, azaz megvesz egy túracsomagot (package). A szolgáltatók igénybevétele után pedig csupán egy emlék és egy számla marad a zsebében.

Ezen specifikumok (megfoghatóatlanság, elveszthatatlanság, változókonyság és romlékonyság) miatt különösen érthető, hogy a turizmusban az emberi erőforrások kiemelt szerepet játszanak. A turisztikai szakemberek tudatos és elkötelezett igyekezeite arra vonatkoznak, hogy a vendéget ne csak egyszerű alkalmakra nyerték meg, hanem pozitív szájpropagandát, jó imázsunkat közvetítő visszatérő utazót varázsszójának belőle, a marketing-szemléletű turisztikai szolgáltatáshalmaz legalapvetőbb része.

A tapasztalat azt mutatja, hogy az emberek által nyújtott magas színvonalú szolgáltatások képesek arra, hogy a vendéggel részben feledtessék az esetleges infrastruktúrális hiányosságokat (gyógyfürdőink allapota kevésbé aggasztja azt a vendéget, aki a kiemelkedő színvonalú orvosi és gyógyászati szolgáltatások következtében meggyógyul). Ez azonban csak átmenetileg és egy bizonyos határig van így.

A legkiválóbb hostessjeljesítmény sem fogja visszatérésre bírni azt az üzletembert, aki egy fontos tárgyalásra megy, a rossz utatlozati miatt, lekésie repülőgépét, avagy nagy vohuméntu üzletet veszti, mert nem működik a telefon- vagy faxvonalak.

3. Marketing szemlélet szükségessége

Jegyzetünkben néhány gondolati erejéig térünk csupán ki a turizmus marketingjére. Biztos vagyok benne, hogy amennyiben az alábbiak szerint dolgozik avagy működte vállalkozását a kedves Olvasó hosszú távon lesz sikeres.

A marketing tulajdonképpen egy szemlélet, gondolkodásmód, a piacismerés és befolyásolás hatékony eszköze, amely át kell haszna a vállalkozás egészét, a menedzsmenttől a beosztottakig.

A marketing olyan piachelyőlysó magatartás egy adott ország avagy vállalkozás részéről, amelynek során annak megvalósítója a helyzetfelitást (piackutatás), majd a célok meghatározását követően, a marketingstratégia gazdaság eszköztárának (marketing-mix) tudatos felhasználásával úgy vizsgálja a termékét, hogy annak elfogyasztása a vendégtől a lehető legnagyobb megelégedettség érzetét váltsa ki (a már említett pozitív szájpropagandát és a vendég visszatérését eredményezve), és a vállalkozásnak optimális nyereséget biztosítson.

Itt emelném ki, hogy nem véletlenül használtam az optimális jelzőt a maximális helyett. Nem szabad, hogy a rablógazdálkodás, a gyors meggazdagodás iránti vágy jellemmezze idegenforgalmunkat. Kiegyensúlyozott üzletemen, tisztességes haszon, visszatérő vendégek! Higgyék el, hogy ez a szemlélet hosszú távon jól kamatozik.

A hostessmunka végső fokán az idegenforgalmi marketing egyik eleme, mely a szolgáltatások által dominált szektorban meghatározó szerepet bír a versenyképesség kialakításához.

lásában. Az idegenforgalmi termékek tárgyasuli megjelenési formáinak adott szintje mellett a csatolt szolgáltatáscsomag, a „kiszolgálás” emberi minősége dönti el a vendég elégedettségének szintjét.

4. A turizmus intézményrendszere

A turizmusban dolgozók köréhez tartoznak szűkebb értelemben az idegenforgalmi termékek előállítását és az utazásközvetítő szektorban foglalkoztatottakat. Tágabb értelemben az állami, illetve közszolgálati, valamint a magánszektor profit és non-profit jellegű szolgáltatásnyújtói.

A **Tourinform** iródahálózat kiemelt helyet foglal el turizmusunk intézményrendszerében, hiszen ezekben az irodákban folyik a beföldi és külföldi turisták tájékoztatása, információval történő ellátása. Noha az itt dolgozó ügyintézők, informátorok általában nem hívjuk hostessnek, valójában hostessmunkát végeznek, hiszen információt gyűjtöttek és szolgáltatnak, és kedves, vendéglátó háziasszonyként gondoskodnak arról, hogy a vendég a megfelelő információhoz jusson, és közben jól (oltihonosan) érezze magát egy idegen országban vagy országrészben.

Mivel inkább közéletünk a hazai turizmus kinalati piacán a minőség, illetve exkluzív turizmussal szemben támasztott elvárásokhoz, minél inkább dominánsá válik az egyéni, sajátos vonzerőn alapuló minőségi turisztikai termékek kinalata, és nyer teret, indul növekedésnek a beföldi turizmus (kulturális, hobbi-, sport-, gyógy-, falusi, zöldturizmus), úgy valnak majd a kulturális életben, gyógyászatan, környezetvédelemben, nemzeti parkokban és természetvédelmi területeken dolgozók is részben vagy egészen a turizmus szektor foglalkoztatottjaiva.

Vizsgáljuk meg most azt, hogy hol és milyen típusú **hostessstevekenységekkel** találkoznak a turizmus intézményrendszerében. A **Tourinform** irodai munkáról már szóltunk. A **vallalkozási szférában** bizonyos kereskedelmi szálláshelyeken, gyógyszállodákban, kaszinókban, vendéglátó egységekben, kongresszusai központokban, rendezvényeken, kinalitásokon, szakvásárokon, árubemutatókon, prezentációkon, fogadásokon, konferenciák, tematikus parkokban, kulturális centrumokban, kulturális rendezvényeken, kinalitásokon, üzleti tárgyalásokon, sajtótájékoztatókon, sport- és protokoll rendezvényeken találkozhattunk hostesssekkel.

A turizmus nélkülözhetetlen velejárója – a nagy tömegek egyiszerte, nagy távoliságra történő biztonságos szállításiának lebonyolítása és ezáltal a tömeges turizmus kinalatúlságnak előidézője – a **közelekedés**. Ez is egy olyan terület, melyen számos esetben van szükség hostesszek közreműködésére, például különvonaatokon, üdülő-, szárnyas- és sciahajókon sfb. Ugye nem sctern meg azzal a léguitas-kisértök és az idegenvezetők önértéket, ha azt mondom, hogy sok tekintetben ártócs van a repülőgéppen dolgozó stewardess, az autóbúszon, „utaskísértő” idegenvezető és az előbb említett közlekedési eszközökön szolgáltatott tejesítő hostesszek tevekenysége között. Hiszen mindannyiuk feladata a vendég közönlése, tájékoztatása, oltihonosaság, és biztonságérteének fokozása, adott esetben kiszolgálása.

Természetesen minden szakmának megvan a közös vonásukon túlmenő sajátossá-
gai, de a felsorolt szakmák között, tekintettel a sok szempontból azonos, személyiséghez
kapcsolódó, nyelvi és szakmai elvárásokra, nagyobb az **átjárhatóság**, ami növeli a fenti
szakmákhoz tartozók elhelyezkedési és munkalehetőségeit.

A felsorolt munkalehetőségek alapvetően két nagy, a felkészülés és munkavégzés mi-
kénjét alapvetően meghatározó csoportba sorolhatók, nevezetesen, **állódo** munkákat
vagy **alkalmi, eseti** (átmeneti) megbízatásokat érdekes megkülönböztetni.

Mielőtt rátérnék a hostess munkafeladatok fenti csoportosítás szerinti ismertetésére,
legyünk egy kis kitérő. Vizsgáljuk meg, hogyan tudja a kommunikáció elméletének és
gyakorlatának alapos ismerete segíteni az Ön leendő munkavégzését, akár állando, akár
alkalmi megbízatást vállal.

1. Alapfogalmak

Sok fontos, szerteágazó, különböző tananyagok keretében tárgyalható ismeret elsajátítása kell ahhoz, hogy valakitől jó idegenforgalmi szakember legyen. Mind közül egyik legfontosabb a kommunikációval kapcsolatos ismeretek elsajátítása.

Szokások, szabályok, rejtett értékek, összefüggések, normák, utalások, információk és előítéletek láthatatlan pókhálója szövi át az emberi kapcsolatokat. A kommunikáció ismerete és tudatos alkalmazása során valának láthatóvá, megfoghatóvá azok a rejtett csapdák, amelyek felismerése és kikerülése záloga a sikeres kapcsolatteremtésnek és munkavégzésnek.

Szerecsére ma már nagy mennyiségű, remek, magyar nyelvű szakirodalom foglalkozik az emberi kommunikáció elméletének és gyakorlatának sajátosságaival. Aronson, Batelson, Buda Béla, Carnegie, Gordon, E. Hall, M. L. Knapp, A. Pease, Saussure, Sorrels, Watzlawik és sok más kiváló szerző munkái aljánom figyelemükbe, amennyiben alapsabban szereplőnek elhelyezni az emberi kommunikáció sajátosságainak tanulmányozásába. A jegyzet végén található ajánlott irodalomjegyzékben felsorolt művek jó néhány szolgált forrásul a jegyzet ezen fejezetének megírásához.

A jegyzet e fejezete inkább ajánlott olvasmányoknak tekinthető, semmint kötelező tanulmányoknak. Nem napi, gyakorlati hozsánsmunkához szükséges ismereteket tárgyalunk itt, hanem a kommunikáció elméletének alapjait és összefüggéseinek egy részét kíséreljük meg felvilágítani. Így vélem, mindencen ismeretek birtokában vállhat logikussá mindaz, ami a napi munkavégzés során, mint alkalmazott kommunikáció ösztönösen vagy talán tudatosan felhasználásra kerül.

1.1 Kommunikáció fogalma, az emberi kommunikáció sajátosságai

A kommunikáció latin eredetű kifejezés. Alapjelentése – közlés, eljuttatás, megadás, gondolatok közlése. Napjainkban az emberek egymás közti viselkedését, kapcsolattartást, az emberi üzenetek egymáshoz történő eljuttatásának a mikéntjét értjük alatta. **Lehetetlen nem kommunikálni.** Az aktivitásnak, a passzivitásnak, a szavaknak és a csendnek egyaránt maga üzenetértéke. Ez befolyásolja a másik embert, aki pedig szükségesszerűen reagál ezekre a kommunikációs üzenetekre, tehát maga is kommunikál. Például a repülőgépen behunyni szemmel hátradőt utas kommunikációjának üzenete az, hogy nem kívánja, hogy megszólítsák. A kommunikáció elemi egységeit **közleményeknek** (üzencnek), a szemlélyek közötti cserélődő közlémények sorozatát pedig **interakciónak** nevezzük.

A kommunikáció két szintű. A két szint egyúttal és egyidejűleg, folyamatosan ér-
vényszerű. Az egyik szintet a direkt kommunikáció képezi a konkrét információ közlésével.
A kommunikáló fel ebben a szintben a társadalmi konvencióknak megfelelő módon **szán-**
dékosan, távlati vagy közvetlen cél érdekében közöl információt. A másik szinten
indirekt módon minősíti saját kommunikációját. Ez a másik szint vagy a közlés tartalma,
vagy a közlő felek közötti viszonyt, vagy pedig a közlési szituációt (vagy mindegyiket
egyszerre) minősíti.

Tehát az emberi kommunikációban nemcsak információkat közlünk, hanem egyidejű-
leg **szabályozunk, minősítjük** is a kapcsolatot, amelyben kommunikálunk. Ez a minősítés
más logikai szinten és másfajta kódban megy végbe, mint a direkt közlés. Ez a szint a
metakommunikáció szintje. Minden kommunikáció tartalmazhat aktuális, mögöttes érte-
lmet, amely a közlés megfogalmazásából, szövegeiből, hangszílyozásából és a közlés kül-
sőségeiből áll, és amely rejtett **utalásként** jelentkezik.

Az emberi kommunikáció a nyelvi (írott verbális és beszélt verbális) és a metakommun-
nikációs rendszer két különböző közvetlen, illetve közvetett csatornáin keresztül valósul
meg, ezek:

- írott verbális (levél, távirat, újság, könyv, fax stb.),
- beszélt verbális (beszélgetés, előadás, telefon, rádió),
- nem verbális, metakommunikációs (gesztusok, mimika stb.).

Összefoglalva: a kommunikáció két rétegt, szándékolt (direkt) és akaratlan (indirekt) kommunikáció. A kommunikációs folyamat során a kommunikátor egyrészt információt közöl (tartalom), másrészt utasítást ad arra vonatkozóan, hogy a közleményt hogyan kell értelmezni.

1.2. Emberi kommunikáció típusainak csoportosítása

Belső kommunikációt, amely gyakorlatilag az egyén gondolkodását, egyfajta besző be-
szédét jelenti. Jobb esetben először végiggondoljuk mindazt, amiről a későbbiekben kom-
munkálni szeretnénk.

Személyes kommunikációról akkor beszélünk, amikor a kommunikációs aktusban
2–3 ember vesz részt. Ez a folyamat kétirányú, általában szemtől szembe zajlik. Nem-
egyszer a harmadik fél segít, közvetítő szerepet játszik a kommunikációs folyamatban,
például a tolmács.

Csoport kommunikáció esetén a kommunikáló felek száma 6 fölött többre emelkedik.
Megkülönböztetünk kis- és nagycsoportokat. A kiscsoporttal történő kommunikáció sok-
ban hasonlít a személyes kommunikációhoz (one way, face to face), míg a nagycsoport
irányába történő kommunikáció egyoldalú és többnyire feltehető technikai segédeszkö-
zök (mikrofon, írásvetítő stb.) igénybevételével.

Tömegkommunikáció – a kommunikátor számára ismeretlen tömeg irányába, külön-
böző közvetítő elektronikus vagy nyomtatott médiumon (közözen) keresztül küldött üzenec-
lek (tv, rádió, film, újság, folyóirat, prospektus).

Fentiek tudatos ismerete nagyon fontos az idegenforgalmi munkában, mert másfajta felkészülést, másfajta kommunikációs stratégiát igényel az összes felsorolt eset a kommunikátor részéről.

Condoljünk például egy városmézésre egy fő, nyolc fő és negyven fő esetében. Az egy vendég és a nyolc vendég kalauzolása sokkal kötetlenebb. A vendég kérdés, programmódosítást javasolhat, vásárolni akar sít. A programot ennek figyelembevételével kell alakítani.

Városmézésnél nagy csoport esetében fontos a mikrófon előzetes ellenőrzése. Egyoldalon, a tempót nagyon tudatosan beosztva mondjuk el mondanivalóinkat, nem szerencsés, ha a vendégek belkérdezhetnek mienk közben, mert a részletekben elveszve nem tudjuk elmondani az egész csoport részére fontos közlendőnket. Időt és lehetőséget kell adni azonban arra, hogy a vendégekkel egyénileg is kapcsolatot teremts, kérdéseikre kielégítő választ kapjanak.

A nagy csoportnál való munka más szempontból is igen bonyolult. A vendégek mind különözödek, mindenki mást akar (gondoljunk csak a dohányzósok – nem dohányzósok örök ellentétére), ezért a hostessnek nagy diplomáciai és pszichológiai érzékel kell meggyer-nie, saját oldalára állítani a vendégeket, vagy legalább többségüket ahhoz, hogy a közös munka, esemény, kirándulás sikeres lehessen.

1.3 A kommunikációs folyamat

A KOMMUNIKÁCIÓ ÁLTALÁNOS modeljében az alábbi szereplőkkel találkozhatunk:

Küldő – az a fél, aki üzenetet küld a másiknak (kommunikációs forrás avagy kommunikátor).

Kódolás – az a folyamat, amikor a kommunikátor a gondolatait szimbolikus formába önti.

Üzenet – a szimbólumok együttese, amit a küldő továbbít.

Dekódolás – az a folyamat, amivel a befogadó jelenséget társít a küldő által továbbított szimbólumoknak.

Befogadó (vevő) – az a fél, aki a másik által küldött üzenetet, információt megkapja (közönségnek vagy rendeltetési helynek is nevezik).

Válasz – a befogadónak a kapott üzenet vétele utáni, a küldő részére továbbított üzenete

Visszacsatolás (feed-back) – a befogadónak a küldő üzenetének vétele utáni (közbeni reakciói.

Zaj (interferencia) – nem tervezett torzulás a kommunikációs folyamatban, amely azl eredsínyczi, hogy a befogadó más üzenetet kap meg (értelmez), mint amit a küldő küldött.

1.4 A nyelvi jelrendszer sajátosságai

A nyelv rendkívül komplex kódrendszer, sajátos emberi jelenség, melynek különböző egy-
ségei vannak. **A nyelv szavai** önmagukban még nem juttatnak kommunikatív szerepet,
hiszen a nyelven kívüli valóság elemeit csupán megjelölik, de nem közölnek róla semmit.
A szavaknak mondatokká való összekapcsolása, a **mondat** a nyelven kívüli valóság sza-
vak által képviselt elemeit belső, nyelvi kapcsolatra hozza.

A nyelvi jel valami általánost ragad meg a nyelven kívüli világból. Valamilyen jel nem-
csak egyetlen dolgot jelöl, hanem dolgok egy csoportját, átfogó fogalmi kategóriát (pl.
busz, állat stb.).

Az emberi nyelv szavainak túlnyomó többsége önkényes jel (szimbólum). A **szimbó-
lumok** érvényességére csupán a kommunikációban részt vevők megegyezésétől függ.

A kommunikációban a nyelvi jelek önálló kommunikatív funkcióval rendelkező mon-
datokká szerveződnek, melyek jelentésükben fedni képesek a nyelven kívüli valóság jelen-
ségét. A módor, ahogy a jelek a mondatokban egymáshoz kapcsolódnak, szigorú, a nyelv-
közösség számára kötelező szabályok határozzák meg. Ha megsértjük őket, közlésünk
értelmenlen lesz.

A hanyag kijelés, rossz mondatszerkesztés, hibás nyelvtan, félíg befjezett mondat,
rossz fogalmazás negatívan hatnak a nyelvi kommunikációs folyamatra. Saját anyanyel-
vünk alapos ismerete előfeltétele az idegen nyelvek sikeres elsajátításának és alkalmazá-
sának.

A nyelvi kód rögzítése az emberi kultúra alapja. Az **írásbeliség** létre először lehetővé
a kommunikáció reprodukálhatóságát, valamint a közvetít, távoltságot áthidaló közlést.
Az írásbeliség nélkülözhetetlen feltétele az ismeretek halmozódásának és rendszerezésének.
A modern technikai lehetőségek, amelyek a közvetítésnek számos új formát bizto-
sítanak (telekommunikációs eszközök) sokak szerint új kultúrát alkotnak.

1.5 A nem verbális jelrendszer

A nem verbális kommunikációt nem lehet önmagában tanulmányozni, csakis a teljes kom-
munikációs folyamaton elválaszthatatlan részeként.

A nem verbális kommunikáció célja lehet az, hogy a verbális kommunikációt informa-
ciótérlelt jelekkel tömeggel **ismétlje, ellenmondjon annak, helyettesítse, kiegészítse,
hangsúlyozza** vagy **szabályozza**.

Milyen elemekkel támogatják a nem verbális viselkedések a verbális viselkedéseket?

Testbeszéd (kinezia)

A testbeszéd: testtartás, gesztusok, a kéz és a láb, a fej mozdulatai, vala-
mint a mimika, az arc kifejezések (mosoly), a szem viselkedése (pislogás, tekintet iránya és
időtartama, pupilla szűkülése és tágulása), a homlokkráncolás, a váll leeresztése és a fej-
biccentés.

Ezek részben tudatosan, részben ösztönösen alkalmazzuk őket. A tesztmozgásra való intenzív odafigyeléssel ellenőrizhető, hogy beszélgető-, tárgyaláspartnereünk verbális jelzései mennyire hitelesek. Az öntudatlan testbeszédjelek tudatilag nem manipulálhatók (pirulás, izzadás).

Testi jellemzők

Hatásos nem verbális jelzések, mozgáshoz nem kötődnek, de szerepük az interakció során meghatározó értékű lehet. Ide tartoznak: a fizikum, a testalkat, az arcfelepítés, a megjelenés általános vonzereje, a test- és a lehetetlenszágok, magasság, súly, haj, bőrszín (ábranyalat) stb.

Érintkezős viselkedés

Alapkategóriái a simogatás, ütés, kézfogás, kézben tartás, mások mozdulatainak irányítása stb.

Paranyelv

A paranyelv a nem verbális hallható jelzések köre, ezek a **hangtulajdonságok** (hangmagasság, ritmus, beszédtempó, hangképzés, rezonancia, ajakkontrol), valamint a **hangkiadás tulajdonságai (vokalizációk)**. Kapcsolódó témák, mint például csendes szünetek, beszédhibák tartoznak még ebbe a kategóriába.

Proxémika

A proxémika (térközszerabályozás) azt vizsgálja, hogyan érzékeli és használja az ember a társadalmi és személynél. Kulturálanként más és más lehet az érintkező felek közötti a bizalmas, személynél, illetve nyilvános távollásra való igény, amelynél megérintése, figyelmen kívül hagyása feszültséget indukálhat a partnerben, és kommunikációs csapdákhoz vezet.

Készítmények

A készítmények kategóriájába tartoznak az interakcióban részt vevő személynél lévő tárgyak elhelyezése, kezelése. Ezek lehetnek: parfüm, ruházat, níz, szemüveg, párók, műszempilla, széprűszerek, illatszerek, kozmetikumok, ékszer.

Környezeti tényezők

A személynél viszonyokra nagy, pozitív vagy negatív hatással lehetnek az interakció környezeti tényezők, technikai berendezések, stílusok, világítási felületek, színek, szagok, hőmérséklet, háttérzene, amelyek közepette a kommunikációs folyamat megvalósul. Ebből a kategóriába tartoznak az ún. cselekvésnyomok is (pl. hátrahagyott szemét, szaganyagok).

A társas érintkezés **egységét tranzakciónak** nevezzük. Ha két vagy több ember valamilyen társas összefüggésben találkozik, akkor valaki előbb vagy utóbb beszélgetésbe kezd, vagy más módon jelzi, hogy tudomásul vette a többiek jelenlétét. Ezt nevezzük tranzakciónak. Erre egy másik személyt olyasmint mond vagy tesz, ami valamilyen módon ezzel az ingerrel kapcsolatos, ezt nevezzük tranzakciónak. (Heit Gábor: Kommunikáció szöveggyűjtemény)

Az emberi kommunikáció mindig valamilyen összefüggésben, helyzetben, **kontextusban** zajlik, és ezt a kontextust mindig a szociális szituáció határozza meg. A kontextus az a **valóságmező**, amelyben egy adott kommunikációs folyamat lejátsszódik. A kontextus következik a kommunikációs előzményekből, a kommunikációban részt vevő személyek társadalmi szerepéből, valamint a kommunikáció térbeli és időbeli helyzetéből – írja Buda Béla.

Az emberi kommunikáció, az emberi viselkedésformák szabályai mindig a társadalmi és kulturális fejlődés során alakulnak ki, és a kultúra örökíti őket tovább. Egy kultúra minden tagja azonos egységeket tanul meg, és a tudatosság különböző fokain meg is éri azokat. Az emberek így meghatározott szabályok szerint kódolt módon viselkednek, ezt a többiek értékelik, és értelmezik is képesek. A személyiség viselkedésalakzatait nem a véletlen határozza meg, hanem az a **kulturális tradíció**, amelyben a személy fejlőd. Ez a tradíció a benne felnevelő minden tag számára a lehetséges viselkedésformák széles skáláját nyújtja.

A kultúra minden egyes tagja azután e repertoár olyan sajátos formáit tanulja el, melyek megfelelnek az egyes tagok társadalmi helyzetének, státusának, nemének, egész-ségi állapotának, képességeinek vagy sajátos helyzetének a különböző csoportokon belül. A kommunikáció – a megfelelő csatornákon és kódokon, valamint a társadalmi rendszer kontextusában belül mindig folyamatosan, visszajelzéses áramlásban zajlik.

A kommunikátornak a figyelmét nemcsak fel kellene keltetni kell, hanem meg is kell tartania azt. El kell érnie, hogy a másik ember az üzenetet tényleg be is fogadja. Az ingerek befogadására való beállítódás alapvető forrása a saját **érdek**.

Az inger jelentőségével arányos az inger iránti érzékenység. Fontos inger kis ingertől, sőt eseten is alkalmas arra, hogy a figyelmet magára vonja (pl. csecsemő sírása az anyaszámára).

Egy adott üzenet jelentését nemcsak az határozza meg, hogy ki és hogyan mondja azt, hanem az is, hogy milyen helyzetben, időpontban, körülményekben fogalmazódik meg az üzenet.

Nem elég, ha az adó és a vevő ismeri a nyelvet, amelyen az üzenet megfogalmazódott, ismernie kell azokat a társadalmi összefüggéseket, utalásokat, amelyekre az üzenetben elhelyezkedő információ vonatkozik, illetve ismernie és értelmeznie kell a társadalmi kommunikációs jelzésekkel az indirekt, viszonymeghatározó (utasító) funkciók jelentését is.

Ez kultúránként, szubkultúránként más és más. Ezért nagyon fontos az idegenforra-

lomban az idegen nyelvek korrekt ismerete mellett az, hogy a kommunikátor – akár bel-földön, akár külföldön dolgozik – ismerje partnerei társadalmi, történelmi, szociokulturális hátterét, országának kommunikációs szokásait. Mindezeken figyelmen kívül hagyása ún. kommunikációs csapdákhoz vezet, amelyek elcheletlenül is a sikeres munkavégzést. A nem verbális kommunikáció a másik kultúrában és huzamos ideje nélküli alapjában megismerhetetlen, rendszerét a kulturális hagyományok és társadalmi sajátosságok még jobban színezik és differenciálják, mint a verbális kommunikációt.

Sokféle nem verbális jelösszefüggés utalhat társadalmi rangra, réteghelyzetre, vallásra, nagyobb országokban a szubkulturális sajátosságokra.

Ugyanakkor az emberi kommunikációnak vannak bizonyos **univerzális** clemei, amelyek minden emberben azonos biológiai kódban rögzödnek és lehetővé teszik az általános megértést. Ilyen biológiai kódja van például a mimikának (mosoly), alapvető testtartási és gesztusjeleknek.

Ha az idegen kultúra nyelvénél ismerete párosul a másik kultúra kommunikációs szokásai iránti figyelemmel, akkor már csak az empátián múlik, hogy valaki valóban hatékony módon tudjon érintkezni, tárgyalni, alkudni a másik kultúrából jött emberekkel.

Szerencsére ma már a magyar nyelvű szakirodalomban is számos olyan munka ismeretes, amely betekintést nyújt más országok, nyelvi és társadalmi kultúrák kommunikációs szokásaiba. Ezek alapos áttanulmányozását felcélul ajánlom kedves, majdan idegenforgalomban dolgozó Olvasóim figyelmébe.

Nézünk néhány példát a fentiekre:

Amerikában vagy bármely idegen országban sokkal könnyebben elboldogul egy már évek óta az adott országban élő, társadalmi és kulturális szokásokat, szabályokat, ha nem is tudatosan, de öntudatlanul érzékelő, felismerő külföldi vendégmunkás, csekély nyelvtudással, mint egy magasabb szintű angol nyelvtudással frissen odaérkező külföldi, a helyi kommunikációs szokások ismerete nélkül.

Mást jelent a itkárnyó rezzenéstelen arccal történő közlése 12.30-kor: „A főnököm cbédél”, mint ugyanennek a mondatnak az elhangzása néhány órával később egy kacsintással egybekötött félmosoly kíséretében.

Egy további példa: Kínában a kommunikátor elmesélie európai tárgyalópartnerének, hogy sajátos nem találkozhának feleségével, mert hosszú ideje súlyos beteg volt és egy héttel ezelőt meghalt – a történet elmesélése közben végig mosolygott. Egy olyan európai, aki tájékozódott az ottani kommunikációs szokásokról, tudta, hogy a kommunikátor ezzel azt kívánta jelezni számára, hogy neki nem kell elkeserednie.

Az arab világban nyilvános helyen nem sajátítható ki lét a saját intim szféra mindegy burokkal történő védelmére, ahogy ezt Amerikában és Európában megszoktuk, és megpróbáljuk tisztelben tartani környéken zsúfoli körülmények között is (pl. metrő). Ott a nyilvános lét mindenekélt, és tágas létbeli adottságok közepette is bármikor elfordulhat, hogy valaki a közeliünkbe furakszik, megérint, arcunkba lehel, és ha sikerül elcúnie az áltálunk addig elfoglalt helyről (pl. egy szálloda halljában az ajtóval szembeni legkényelmesebb foitból), elégedetlen odaclepszik, és ezért senki nem fogja udvariatlanának tartani.

1.7 Kommunikáció hatékonysága

Akkor kommunikál valaki jól, ha a leghatékonyabb csatornát választja ki az üzenet befogadhoz történő eljuttatására, amennyiben lehetséges, minimalizálja a torzulás, félreértelmzés lehetőségét, és kiépíti a visszacsatolás csatornáit, amelyen keresztül ellenőrizni tudja, hogy a megfélelő üzenetet kapta-e meg a befogadó. A csatorna kiválasztását befolyásolja a rendelkezésre álló idő, pénz és a két fél közötti távolság.

Ahhoz, hogy képesek legyünk akár kommunikátorként, akár az üzenet befogadójaként hatékonyan kommunikálni, nagyon fontos, hogy jól értsük, értelmezzük a hozzánk érkező üzeneteket. Tudjunk lényegre törően kérdezni, szeltekálni a válaszok között. Tanuljuk meg érthetően elmagyarázni álláspontunkat, nemegyszer befolyásolni (de nem manipulálni) a partner, tudjunk kellő magabiztosságot, hitelességet és empátiát tanúsítani a kommunikációs folyamatban. Allandóan figyelünk kell a visszacsatolásra, a partner reakcióira. Célszerű vendégünk szemét, arcát figyelni, a testszés vagy a nemtestszés jelei hamar észlelhetők.

Az üzenet értelmezését, kódolását és dekódolását meghatározzák a résztvevők pszichológiai, szociális, kulturális és fizikai jellemzői.

Azonos célok esetén sokkal könnyebb a kommunikáció, míg eltérő célok esetén (pl. üzleti tárgyalás) nehezebb. Ilyen esetben célszerű a **tárgyalástechnika** szabályait betartva átgondolt, objektív és lényegre törő módon, az érdekek összecsengésének kettős előnyét szem előtt tartva úgy kommunikálni, hogy az mindkét fél részére kielégítő tárgyalási eredményt hozzon.

A jó kommunikációhoz elengedhetetlen az önismeret és a másik minél alaposabb ismerete, valamint a már említett **empátia**, ami azt a sajátos emberi képességet jelenti, melynek során beéltelmezhetjük a másik személy lelkiállapotába, mintegy az ő szemével vizsgálva a helyzetet, mely közös a másikkal, csak éppen a helyzeiben elfoglalt pozíciónk különbözik.

Próbáljuk a partner személyiségének kulcsjellelmzőiről minél jobb információkat szerezni, ez nagyban erősíti majd kommunikációs pozíciónkat. **Melyek ezek?**

Név, lakhely, kor, nem, családi állapot, foglalkozás, iskolázottság, intelligencia, kereset és költséi költség, referenciacsoportok, érdeklődés, nemzeti, etnikai, vallási hovatartozás, öltözködés, fizikai jellemzők.

Mielőtt munkához látunk hoslessként, idegenvezetőként tanácsos elemezni a vendég, a megbízó, a partner személyiségének felsorolt kulcsjellelmzőit, hogy kiválaszthassuk a tartalmi és formai kommunikáció leghatásosabb formáit.

Ha nem tudunk előzetesen információkat szerezni, finoman, óvatos kérdésekkel puhatolozhatunk. Ha erre sincs lehetőség, akkor csak intuícióinkra támaszkodhatunk.

1.8 A munkavégzés mint sajátos kommunikációs terep

A csoport olyan szervezett, amelynek tagjai között sajátos viszonyrendszer van. Az egyén kommunikációval kapcsolatos viszonyulási formáit, illetve a viselkedésével szemben támasztott elvárásokat a feltételeit meghatározza az, hogy milyen – magán (család), társasági (barát), társadalmi, üzleti, némi diplomáciai – szervezeti struktúrában, kontextusban játszódik le a kommunikációs folyamata.

Azok a viselkedési miniták, verbális és nem verbális üzenetek, amelyek minden további nélkül elfogadottak egy családi, baráti kontextusban, megengedhetetlenek, sértőek is lehetnek egy üzleti, hivatalos kommunikációs folyamat során, és szelőséges esetben vezethetnek az üzlet, a vendég elvesztéséhez is.

A kommunikáló felek viszonya alapulhat egyenlőségben vagy különbségben. Ha egyenlőségben alapul, akkor a felek mintegy tükörképei egymásnak, ezért interakciójukat **szimmetrikusnak** nevezzük. Ha viszont a kommunikációs felek viselkedése egymást kiegészítő, másfajta viszonyrendszer, azt **komplementer** interakciónak nevezzük.

A komplementer kapcsolatformában két különböző pozíció van. Az egyik fel van felül, a felejtbevaló vagy az elsődleges, a másik ennek megfelelően alul van, másodlagos, alárendelt.

A komplementer viszonyforma gyakran társadalmi vagy kulturális kontextus által meghatározott (pl. anya–gyerek, orvos–beteg, főnök–beosztott), de lehet bármely párkapcsolat sajátos viszonyulási stílusa is.

Axióma: minden kommunikációs tranzakció vagy szimmetrikus vagy komplementer, attól függően, hogy a résztvevők egyenlőségben vagy különbségben alapul.

Tudomásul kell venni, hogy a hostessmunka során adódó komplementer interakciókban a hostess nem az irányító, nem a meghatározó fel. Ellenkezőleg, ő az, akit irányítanak, aki az alárendelt szerepet kapja. Még akkor is így van ez, ha a megbízó esetleg kevésbé iskolázott, kulturált, kevésbé jó modorú, mint adott esetben a kétdiplomás, három nyelvet felsőfokon beszélő hostess.

Itt van szükség többek között a diplomáciai értékre és a maximális toleranciára, hogy ezeket a helyzeteket nagyobb feszültség nélkül el tudja fogadni a hostess. Aki nem képes rá, jobb, ha más szakmát választ.

Nagyon fontos tehát, hogy a hostess, idegenvezető kommunikátor **jól mérje fel saját helyzetét** az adott állandó munkahelyi avagy ideiglenes csoportstruktúrában, akár szimmetrikus, akár komplementer viszonyrendszer van a jelenlévő személyek között, és mindig a helyzetnek megfelelően viselkedjen.

Akkor is így kell lennie, ha idegi teherbíró képességet sok esetben komolyan próbára teszi, lelki teherhelettségé határozottan kisebb bizonyos napokon) és rossz környezeti feltételek (hőség, zaj, kiállhatatlan ügylet).

2. Alkalmazott kommunikáció

Miután röviden áttekintettük a kommunikáció elméletének munkánkhoz nélkülözhetetlen alapjait, a következőkben vizsgáljuk meg a hostessmunkára való felkészülés, illetve a munkavégzés során alapkövetelményként állítható legfontosabb tudnivalókat.

2.1 *Iron verbális kommunikáció a gyakorlatban*

Mikor munkavállalásra jelentkezik egy leendő hostess, az első dolog többnyire, hogy Mikor **önletrajzot** kérnek tőle.

Feltessek el az eddig használt sémákat, amelyben többnyire a családi háttér bemutatásához kezdtek kézzel írott életrajzok összeállítását. Az önletrajz, illetve az azt kísérő levél, leendő munkaadójuk első benyomása Önökről, ezért fontos, hogy valóban profi módon készüjön el – tartalmilag és formailag egyaránt.

Írják szövegszerkesztővel, de legalábbis írógéppel, rövid, szabados, lényegre törő stílusban, udvarias, jól szerkesztett, áttekinthető formában. Az önletrajznak tartalmaznia kell iskolai végzettségüket, nyelvtudásukat, szakmai tapasztalataikat (gyakorlatukat), eddigi munka- vagy alkalmazási helyeiket, esetleges referenciáikat.

A kísérőlevél tartalmazza azt, hogy minek alapján (mire reagálva – hirdetés stb.) jelentkezik a munkára, miért kívánnak változtatni azon, amit eddig csináltak, mik a céljaik, tervek a jelen munkára való jelentkezéssel. (Minaként lásd mellékletet a jegyzet végén.)

Következő fontos tudnivaló az, hogy miként kell egy **üzleti levelet** megírni. Az üzleti levelezés szerkesztését, küldését illetően is változik a divat. Azonban a lényegi dolgoknak minden üzleti levélben benne kell lenniük. Ezek:

- A címzett személy neve, titulusa.
- A küldő cég neve (általában a levélpapíron szerepel).
- A címzett cég neve és pontos címe.
- Megszólítás.
- Keltetés.
- Bevezetés, tárgyalás, befejezés.
- Udvarias záró és elbúcsúzó forma.
- Aláírás(ok), a rang, illetve beosztás feltüntetésével.

Abban az esetben, ha **cégszerű aláírást** kérnek egy hivatalos levél végére, tudni kell, hogy többnyire az illető intézmény vezetője (igazgató, ügyvezető stb.) és gazdasági, pénzügyi vezetője (főkönyvtel, gazdasági igazgató) együttes aláírását várják. Ertől a Társasági törvény értelmében bizonyos elterések mutatkozhatnak, bizonyos vezetők egyedül is képviselhetik aláírásukkal a céget.)

A következő fontos dolog **a modern irodatechnikai kommunikációs eszközök** alkalmazásának készsége. Feltétlenül ismerjenek és legyenek képesek használni néhány egy-

szerint PC (személyi számítógép) szövegszerkesztő programot, legyenek tisztában a fax, fénymásoló használatával.

Ezen eszközök működését elég egyszer alaposan megfigyelni és megtanulni, még ha más-más típusról van is szó, működési elvük nagyon hasonló egymáshoz.

Az üzleti levelezéssel különösen fontos a rövid, tömör, lényegre törő, ám udvarias fogalmazás. Az idő pénz! A postai díjak magasak. **Faxok** tránszál erre különösen tekintettel lenni, ezért itt megengedett a szokásosnál egyszerűbb (kevesebb udvariasági cikornyát tartalmazó fogalmazás) és a hellyel való spórolás. Rövid faxot nem kell A4 levélpapírral elküldeni, megengedhető a papír hosszának csupán a feltétlenül szükséges mértékre történő lerövidítése. Cégeknel általában találunk speciális fejléccel ellátott fax-levélpapírt, ami megkönnyíti a lényeges információk leírását.

Idő kívánkozik még a prezentációkon, szimpóziumokon, konferenciákon használt technikai eszközök megismerésére. A fekete táblát helyettesítő **flip chart** (demonstrációs tábla), az állványra helyezett, nagyméretű eldobható papírtápra írt az előadó filctollal, esetleg magára a műanyag bortáblára, amely azután szivaccsal lemosható), **az írásvetítő (OHP)**, amely speciálisan preparált (tollal vagy fénymásolóval készült) írásvetítő fóliára írt vagy rajzolt információk kivetítésére szolgál.

Bár nem az írásbeli kommunikáció eszköztárát gazdagítja, de ha már szólnunk a konferenciákról, prezentációkról, itt a teljesség kedvéért megemlítem a többi, hatásos előadói munkát segítő eszközt, a **mikrofont, videó-felvetőt és -lejátst, a diavetítőt, magnetofont, diktafont, szinkrontolmács-bereendezést (kabin és a megfelelő közvetítő műszaki berendezés, a fülhallgatók stb.)** Az sem kizárt, hogy egyik-másik vendég **mobill telefon** szerezne kölcsönözni.

Ezen eszközök megszerzése (megrendelése, kölcsönzése, előadóteremben lévő beszerzésre kölcsönözni).

Ezen eszközök megszerzése (megrendelése, kölcsönzése, előadóteremben lévő beszerzésre kölcsönözni).

Ezen eszközök megszerzése (megrendelése, kölcsönzése, előadóteremben lévő beszerzésre kölcsönözni).

2.2 Szóbeli verbális és nem verbális (meta-kommunikáció) a gyakorlatban

A munkára való felkészítés és a munkavégzés

jog, erkölcs, etikett és protokoll a hostess életében

Az egyén viselkedését a társadalomban szigorú és kevésbé szigorú, feltétlenül betartandó avagy csupán ajánlott szabályok rendszere szabályozza, ezek a jog, az erkölcs, az etika, az illeté, az etikett és a protokoll.

Fentiek piramisként épülnek egymásra, és sok munkakörnél, így a hostess, idegengvezető munkájánál feltétlenül elvárható a fenti szabályok együttes, minél szelésebb körülményekre és alkalmazására.

Régen bizonyos társadalmi körökhöz tartozó fiatalok részére a szigorú családi nevelési normák elsajátítása után természetesen volt, hogy illetlenségeikre vesznék részt, ahol a társadalmi érintkezés, viselkedés és jó modor szabályait elsajátíthatták.

A mai rohanó világban, a családokban az édesanyák munkavállalásával kevesebb idő jut a gyermekek erkölcsi, etikai és illembeli nevelésére.

Elengedhetetlen azonban, hogy azok a leendő idegenforgalmi szakemberek, akik hosszú ideig idegenvezetőknek, vendégtérben kívánnak dolgozni, tisztában legyenek ezekkel az ismeretekkel. Ezért két könyvet ajánlok most figyelmükbe, mint a megjelölés, öltözködés, bemutatás, köszönés, köszönés, társasági étkezés, dohányzás, ajándékozás és még nagyon sok egyéb fontos viselkedési szabály gyűjteményét.

Az egyik Dr. Sille István: Etikett és protokoll, a másik Ottlik Károly: Protokoll, viselkedéskultúra a mindennapok gyakorlatában. Mindkét könyv szórakoztatón, de igényes formában tanít meg mindenkit a társadalmi és társasági életben követelményként elvárható viselkedéssel kapcsolatos szabályokra. Higyék el, csak a fenti ismeretek birtokában lehetnek sikeres szakemberek!

Mint az előző fejezetben olvashattuk, a kommunikáció kelts, képszerű. A szóbeli verbalis és nem verbalis kommunikáció együttesen, egymás hatásait kiegészítve, megerősítve vagy éppen egymásnak ellentmondva jelenik meg a mindennapi gyakorlatban. Mielőtt a munkavégzés során töltendő kommunikáció mikéjére térnék ki, nézzük a felkészülést!

Legyenek frissek, üdék, pihentek, szakmailag minden szempontból felkészültek!

Megjelölésünket gondosan kell megkomponálni. Jó, ha mindenkinek van egyéni stílusa, hangulata, imázsa. Ennek kialakításánál figyelni kell a szépségek elkerülésére. Az extra-vagancia, a feltűnő jegyzet díval majmólása, a túl rövid vagy túl hosszú szoknya, a tolakodó divatszín az üzleti életben nem kívánatosak. Figyeljünk a színek harmóniájára! Számos cég (szálloda, közlekedési vállalat stb.) avagy jó néhány megbízó (ügynökségek, szövevények stb.) ragaszkodnak az általuk választott, csillámtól és elkészítéssel egyenruha viseléséhez.

Amennyiben magunk választjuk ki öltözköztünk, szolidan elegáns, konvencionális stílus, viszálogot mérlekelesség az, amit alkalmazói elvárnak egy hostess-től. Üzleti tárgyalásra hölgyeknek mindig szerencsés a megjelölés anyagból készült kosztüm, blázzal, sállal, kiegészítőkkel, az uraknak pedig az ugyancsak megjelölés anyagú és színi öltöny, vasalt inggel, nyakkendővel. Kerüljük a sok ékszer! Gondoljunk „a kevesebb több” arany-igazságra, és legyenek szolidak!

Hogyan komponáljuk tehát megjelölésünket a biztos siker érdekében? Minden apró részletrre figyelni kell a harmónia érdekében.

Nem lehet elégszer ismételni az alapos mosakodás, hajmosás, körömtisztítás (a lábon is!), javasolható. Kéves kölni vagy parfüm! Kerüljük a bántóan tolakodó, erősen fűszeres illatokat.

A jóga, jobbanos haj nem „business like”. Hosszú hajú lányok (fiúk) kössék össze, fogják gumipántba hajukat, rövid hajúak alakítsanak ki fodrászokkal egy jó smitcel, ami illik az egyéniségükhöz.

Egy kéves „make up” segíti elfedni az arcból hibáit, kiemeli a szemet és az ajkakat. A túl sok festék visszataszító, látványos erdőtényezvé, de hamar elkenődik. Figyeljünk arra, hogy időnként frizistűkkel fel arcvunkat, frizuránkat. Ha nagyon meleg van és izzadunk, még egy kis mosakodásra is sort kell keríteni melegekben!

Külön kiemelni **a száj higiéniaját**. A rossz fogak, gyomorpainasok rossz lehelletet eredményeznek, ilyen esetben feltétlenül orvoshoz kell fordulni. Ha lehet, ne leheljünk másokra! Ékezés után minden esetben öblítsük ki szájunkat, ha lehet mossunk fogat. Amikor dolgozunk, ne fogyaszzunk erősen fűszeres ételeket (hagyma, fokhagyma)! A munka megkezdése előtt rágjunk el egy mentolos ráögumit vagy mentolos cukorkát, de soha ne ráögumizzanak a vendég jelenlétében, városnézés közben vagy üzleti tárgyaláson!

Bálcselek esecire vigyünk magunkkal tartalék ruhanevet (harisnyanadrág), legyen lábszárunkban varrótészelt, olló, szablapasz, íróeszköz és minden olyan eszköz, ami segíti a zavartalan munkavégzést. **Esernyő**, esőkabát és a **napszemüveg** elengedhetetlen a szabadidőti munkavégzéshez.

Figyeljünk arra, hogy ne csak csinosan, de praktikusan és kényelmesen öltözködjünk. Hideg és meleg esecire egyaránt legyen nálunk kiegészítő ruhanevet. A szoknya, a nadrág ne legyen kényelmetlenül szoros, feszes, a cipő feltétlenül legyen annyira kényelmes, hogy akár kilométereket is meg lehessen tenni benne. Nem célszerű a túl magas sarok vagy a papucsoszerű szandál viselese.

Alkalmi módon is az ellenkező nemű tárgyalópartner számára a tel, ringó idomok vagy a feszes formák, feltétlenül javasolt alsónemű viselese, nem javasolt ugyanakkor a túl szoros, szexis szabású felsőruházat. Arra kell gondolni, hogy a családjától esetleg hosszú ideig távol lévő üzleti partner egy idő után óhatatlanul vágyai érezhet egy ellenkező nemű partnerhez történő intim közlekedésre, és az ilyen vágyódás kifejezésének erkölcsi gáljait, korbáit az alkolohol vagy más lényező erősen lecsökkenti.

Ne legyünk tehát sem kihívók, sem provokatívok! Amennyiben mégis ilyen jellegű közlekedés történik, a kommunikáció elméletének és gyakorlatának gazdag eszköztárával és saját diplomáciai készségünkkel kell hatékonyan mitírdelni a kínos helyzetek elkerülésére, hátrására.

Ne fogadjuk a kezdeti, puhatóldozó, közlekedési elindító metakommunikációs üzeneteket, és főleg ne válaszoljunk – gondoljunk a visszacsatolás jelentőségére. Ne engedjék a partnert túl közel ülni (személyes, intim távolság), ragaszkodjanak a távolsági távolság

beállításához. Ne engedjük lecsúszni még mindegy velicellén sem megérténi, simogatás, ilyen helyzeleket, mert a későbbiekben, ha mindezt megengedjük, már sokkal kínosabb és kellemetlenebb következményekkel jár a visszatanulmányozás.

A Menedzserképzés sorozatban jelenlét meg számos olyan mű, amely tanácsokat ad arra vonatkozóan, hogy hogyan legyen vonzó, egyéni és megnyerő stílusunk, hogyan tegyünk jó benyomást, hogyan épríthessük fel tudatosan saját hitelés „imázsunkat”. Ezeket ajánlom figyelmeztetésre!

Ennyiből állna a munkára való fizikai és lelki felkészülés. Egy hostessnek természetesen egyéb, erkölcsi kötelezettségei is vannak a munka megkezdése előtt pl. információgyűjtés – ennek felicellen szűkségessége még a későbbiekben visszatérünk – nyelv tudás, felírás, szakmai, üzleti tárgyaláshoz szakszöveket készítés, történelmi, gazdasági, kulturális és aktuálpolitikai ismeretek aítismélése stb. ahhoz, hogy valóban felkészülten induljon munkába.

Ha a felicetben ismeretlenség módon a munkára tesiben és lelkeben felkészülve, frissen és kipihenten (nem másnaposan, fáradtan, gyűrűten és idegesen), a pontos érkezéshez megfellelő időt hagyva (!), munkába indulnak, indulás előtt állijának oda a tükör elé és ellenőrizze felkészülésük eredményét, majd ismétlék el magukban néhány szor: „En mindent megteszem azért, hogy a munkát a lehető legstikeresebben végezzem el, nyugodt lelkiismerettel indulok az útra!” Ezt követően pumpáljanak magukba annyit egészséges önbizalmat, amennyit csak lehetséges, felicítsenek el minden más, koncentrálijának erősen a feladatra és mindig minden helyzetben mosolyogjanak!

Sikerük színe biztosra vehető, amennyiben a munkavégzés során a szóbeli verbalis és metakommunikáció alábbiakkban ismertetett arany szabályait is szem előtt tartják.

Beszélijenek, artikuláljanak mindig érthetően! Kérdezzenek lényegre törően! Reagáljanak, döntsenek gyorsan, de megfontoltan. Csak a bizonyosan kompetenciájukba tartozó dolgokról döntenek önállóan, egyékeként forduljanak főnökükhöz, megbízójukhoz tanácsért.

Mindig kérdezzenek vissza, kérdezzenek inkább kétszer vagy háromszor, minsem rosszul értelmezze a feladatot! Mindig figyeljenek a visszacsatolásra (feed-back a kommunikációban), üzleti partnerük, megbízójuk avagy a vendég visszajelzésétől, a nem-lelcsés metakommunikatív jelétől esetleg már menet közben értesülhetnek arról, hogy valamit félreértelmeztek vagy rosszul csinaltak, és ekkor még könnyebb korrigálni, mint ha véglegesen elrontottak valamit! Csak az hibázik, aki dolgozik! Különösen kezdőkénl, gyakorlat és rutin nélküli óvatlanul előfordul, hogy nem úgy sikerül valami, ahogy szeretnénk. Emiatl nem szabad elkeseredni!

A hibát nem szabad elhallgatni vagy leigadni (gondoljunk a sánta kutya esetére), hanem be kell ismerni, sajnálkozni kell miatla, majd elnézést kérni. És ami a legfontosabb, tanulni belőle, ahogy Kertész Ákos írja a Makrában: „Ókos ember a saját kárát tanul, mert nem veszi késpénzre a mások hülye tapaszalatait!” Ami persze lehet, hogy túlzás, de van benne igazság.

Tanuljunk meg többféle figyelmet! Elképzelhető, hogy tárgyalunk valakivel, közben csöng a telefon, még keletlen várnak rák stb. Nem szabad megpróbálni a külvilág kizárásával, és görcsösen egyféle figyelmet! Meg kell próbálni egyszerre figyelni és reagálni az összes helyzetre.

Aktív nem tudunk éppen foglalkozni, de rák vár, azzal egy szcenikontakthus, egy mosolyvalás, gesztusokkal történő hellyel kínálása már udvarias hatást kelt. A telefont ne hagyjuk vég nélkül csörögni, ha éppen masssal vagyunk elfoglalva, mert roppant idegesező, hanem vegyük fel, kedvesen köszöntve a hívót, kérjünk tőle egy kis türelmet, vagy ajánljuk fel, hogy dolgunk végzetével visszahívjuk.

Mindig legyünk szervezettek, rossz benyomást kelt, ha egy hostess kapkodó, dezorganizált. Ügyeljünk időbecsülésunkra, a későbbiek folyamán a fontos és kevésbé lényeges dolgok közötti rangsorolni tudás már szinte öntudatlan belső készszerre, rutinszerűvé válik.

Legyenek diplomatikuskas, toleránsak, megértők, tapintatosak és diszkréték!

Az helyes, ha mindenről van saját véleményünk, az azonban már nem biztos, hogy ez felteleteni az ügyfélre vagy a megbízóra tartozik.

Kerüljük a privát, tabu témák feszegetését (ez kultúránként más és más lehet, de többnyire tabu téma mindenütt a kereszt és a magánélet, korlátlanul lehet azonban beszélgetni az időjárásról és a gépkecsimarkákról), ne kérdezősködjünk feleslegesen, partnernünk üzleti avagy magánéleti titkait kezeljük diszkrétén, és ne fecsegjünk róla ismerősöknek vagy barátai körben.

Ne akarjanak mindenáron szerepelni, középpontban lenni! Sok esetben célravezető a háttérben maradni és hallgami, például, ha megbízónk masssal tárgyal, de egy szemkon-taktus erejéig akkor is figyelni kell rá!

Nagyon fontos a **maximális megbízhatóság és a szigorú köteleességtudat.** Minden rák bízott munkát, és azokat, melyeket ellintézésre elfogadtunk, a kálküdoott határidőre el kell végezni!

El kell végezni akkor is, ha esctelg már lejárt a munkaidőnk, és akkor is, ha a megbízó vagy a főnök nem áll a hátunk mögött, hogy ellenőrizze. **Köteleességtudás a belső kény-szerből fakadó precíz munkavégzés.** Ez minden hostessmunka alapja.

Kiborulni, sírni, fáradságot mutatni tilos! Ezi a munkát csak kiegyensúlyozott derü-vel és szolid méltósággal érdemes végezni! Tanuljanak meg tesztelg és lelklleg lazítani, néhány másodpercire kikapcsolódni és regenerálódni.

A stabl család hátér sokat segít abban, hogy derűsek és kiegyensúlyozottak legyünk. A hostess a munkavégzés során felgyülemlelt feszültséget kizárólag a privát szférában, a nap végén a partnerével, családtagjaival történő jó, lazító beszélgetés keretében vezetheti le. A vendég, az ügyfél, az üzleti partner lehet ideges, fáradt, rosszkedvű. **A hostess soha!** Még akkor sem, ha az előbbi rossz hangulatának levezetésére a hostess használja fel.

Minden telefonra és minden faxra, valamint levélre reagálni kell. Minél udvariasabbak szeretnénk lenni, annál gyorsabban reagálunk. A válasz gyorsaságából a másik fél követel-kezel az ügy fontosságát! A késlekedő válasz nem része az európai civilizációnak.

Hasznos tudnivalók telefonálással és levelezéssel kapcsolatban

Mimikát, gesztusokat, fejbölgatást a telefon nem közvetít. Egyetértő, a beszéd folytatására buzdító visszacsatolást hangeffektusokkal tudunk adni (igen, úhüm, aha, jó stb.).

Erdemes mosolyogni, mert ha nem is látszik, visszahat a beszédünkre, a hangunkra, és kellemes benyomást kelt a másikban.

Ha megszakad a vonal, a hívó fél hív újból, az elköszönést is a hívó félnek kell kezdeni.

Röviden, lényegretörően tárgyaljunk. A telefon pénzbe kerül!

Ha miniket hívták, köszönni kell és bemutatkozni (céget és a saját nevet egyaránt be-

mondani)!

Ne hívjunk senkit a munkaidő kezdetei közele és a végei megjelölő negyedórák időszakaiban.

Végül pedig néhány szó a **telefonálás** alapszabályairól, bár az említett cikket- és protokoll-könyvek részletesen tárgyalják ezt a témát is, hiszen a telefonálás az üzleti élet ma már nélkülözhetetlen velejárója.

Hogyan telefonáljunk?

sajátját – elősegítve a megismerés úján történő közeledést és elfogadást közöttük.

Ami azonban a hostess alapvető feladata a munkavégzés során az az, hogy miniegy láthatatlan hídként kösse össze a két idegen kultúrát – a vendéget vagy megbízót és a

valamint az ahhoz történő alkalmazkodás.

hételen a másra elfogadása (vallási, étkezési szokások és minden egyéb szempontból), szeretne jól érezni magát itt, vagy hatékony üzleteket könni. Saját magunk részére elenged- turális közegből, lehet, hogy a miénkől eltérő erkölcsi normarendszert sajátjának valíva,

Ne csodálkozzunk rá feltűnően semmire! A külföldi vendég vagy megbízó más kul- megpróbálásokkal.

hostessnek abban, hogy viszonylag könnyedén tudja elviselni a munkavégzés során rá váró

Kiegyensúlyozottság és alkalmazkodóképesség, ez a két tulajdonság segíthet a

ni, segíteni neki. Nagy valószínűséggel utóbbi elnevezést fog kérni.

Ez esetben ne szájajunk, feleseljünk, dacoljunk vagy hepcáskodjunk, ez csak ront a helyzetben. Maximális **empátiát** mutatva próbáljuk meg a másikat meggyűgyegetni, megért-

A szolgáltatást nyújtó szakmák egész sorát hozhatnám példaként, melyekben a siker, a hatékonyság, az effektív üzletmenet záloga az, hogy a vendéggel foglalkozó szakember mennyire vonzó és hiteles, mennyire képes a vele kapcsolatba kerülő ügyfél bizalmát megnyerni, illetve megtartani.

D. Carnegie számos, nálunk is megjelent műve foglalkozik a fenti témakörrel (pl.: Sikerkalauz) Aronson: A társas lény című munkájában egész fejezetet szentel az említett témának. Az alábbiakban a fent említett két szerző műveiből szeretnék idézni néhány gondolatot.

Carnegie receptje megítélészetlen egyszerű: ha azt akarjuk, hogy valaki szeressen bennünket, akkor legyenünk hozzá kedvesek, legyenek úgy, mintha mi szeretnénk őt, csináljunk úgy, mintha mi is érdekődnénk azíránt, ami őt érdekli, ne legyenek szűkmarkutak a dicsegetéssel és legyenek figyelemsek.

Valóban így van ez? Aronson szerint kísérletek tanúsítják, hogy tényleg jobban szeretjük azokat, akik kellelmes tulajdonságokkal rendelkeznek, mint azokat, akik kellemlenőseket, jobban szeretjük, akik szerelemek bennünket, mint azokat, akik nem szeretnek, jobban szeretjük azokat, akik kooperálnak velünk, mint azokat, akik konkurálnak, jobban szeretjük, aki dicsegt, annál, aki bírál stb.

Az interperszonális (személyközi) vonzalom ezen aspektusait egyelően nagy általánosságban lehet összefoglalni: azokat az embereket szeretjük, akikről a legkisebb költség mellett a legnagyobb nyereséget várhatjuk.

A vonzalomról szóló jutalomelmélet lehetővé teszi, hogy megértsük, miért szeretjük jobban a kellelmes külsejű embereket a kevésbé megnyerő külsejűeknél. A kellelmes külsejű miniegy esztétikai jutalmat jelent számunkra.

A jutalomelmélet alapján azt is állíthatjuk, írja Aronson, hogy azért szeretjük jobban azokat, akikkel egy véleményen vagyunk, mint azokat akik véleménye különbözik a miénktől, mert az ilyen emberek azzal jutalmaznak, hogy vélcédésünket egyetértésükkel igazolva, hozzásegítenek ahhoz, hogy azt gondoljuk, nézeteink helyesek.

Összefoglalva: dicsegni és szívesseget lenni, megnyerő külsővel kompetensnek mutatkozni, az ügyfél véleményét megérteni és lehetőleg egyetérteni vele, véleményével és személyével kapcsolatban elismerést mutatni és soha nem manipulálni, becsapni, lekezelni. Vagyis viselkednünk ürihölgyként, illetve úriemberként, ez a csálhatatlan recept mindig bevalik az üzleti életben. Ezeket a gondolatokat bátran tekintheti a kedves Olvasó a vendégekkel való foglalkozás alapszabályainak.

Hány éves korig lehet valaki host, hostess?

Itt térnek ki az életkorral kapcsolatos éves hiedelmekre. Nemcsak 18–20 éves korig lehet valakiből host vagy hostess. Sőt!

Ahhoz, hogy valaki igazán jól végezze a hostessmunkát, kellőképpen gondoskodni, empátikus, ugyanakkor kreatív legyen, elengedhetően, hogy legyen valamennyi élettapasztalata.

Az a tapasztalat, hogy sok vendég is szívesebben keresi panaszaival, testi, lelki nyavalyáival a megértő, biztosságot ígérő, anyas típusú, érettebb korú hostessseket, idegenvezetőket és stewardessseket, mint az egészen fiatal lányokat, fiúkat.

Hány éves korig végezhet a hostessmunka? Erre nincs szigorú recept. Ahogy a régi mondás tartja, a fiatalság mindig szép, de 30 év fölött már mindenki saját maga felelős arcáért, arcvonásáért. A harmonikus, derűs, kedves, intelligens és hiteles személyiség korlátlanul szép.

Úgy vélem, addig szabad vendégértben dolgozni, ameddig örömet okoz a vendégek jelenléte, a róluk való gondoskodás és ameddig ők ezt láthatóan valóban értékelik. Fásultan, érdektelenül, rutinból nem szabad vendégekkel foglalkozni, csakis lelkesen, örömmel és odaadással – ez pedig minden esetben korhoz kötve.

Miután díóhéjban áttekintettük a kommunikáció elméletével és gyakorlatával kapcsolatos legfontosabb tudniivalókat térjünk át arra, hogy milyen konkrét feladatai lehetnek egy hostessnek.

1. A munkaszervezés

Mielőtt rátenné a hostessmunkák ismeretét, arra szeretném felhívni a figyelmüket, hogy minden munka esetében munkaszervezési kell kömük megbízójukkal, mielőtt elkezdik a tevékenységet.

Allandó megfigyelés (vagy határozatlan időre szóló megbízás) esetén az alkalmazó cég, intézmény a Munka Törvénykönyvében, illetve az azt kiegészítő vállalati Kollektív Szerződésben (szabályzatban) foglaltak szerint köi allandó, bizonyos időtartamra szóló, vagy meghatározott időtartamra szóló munkaszervezést leendő dolgozójaival, miután a munkavállaló benyújtotta a munkavállaláshoz szükséges, kívánt okmányokat (ezek a következők lehetnek: önéletrajz, a képzettség, nyelvismeret igazoló okmányok, bizonyos munkahelyeken erkölcsi bizonyítvány pl. szállodában, egyes helyeken orvosegyszegügyi okmányok pl. konyha, étterem, illetve az alkalmazó cég által bemutatásra előírt egyéb dokumentumok).

A munkaszervezésnek minden esetben tartalmaznia kell bizonyos allandó elemeket, ezek:

Ki, mivel, mikortól, meddig (vagy határozatlan időre), milyen munkára, mennyit, milyen munkafeladat elvégzésére szerződik. Mik a szervezés felbontásának feladatai a felk részről, illetve vitás esetekben kinek fordulhatnak a felk jogorvoslaírt. A felteket kiegészítihetik egyéb, cégspecifikus feltelet is.

Minden dolgozónak munkaköri leírást kell kapnia beépésekor, és sok helyen munkavédelmi, illetve ügyvédelmi oktatásban is kell részvételük munkájuk megkezdése előtt. Allandó megbízás esetén a cég vezetése kezdeményezi és irányítja a munkaszervezéssel kapcsolatos teendőket.

Az eseti munkákra szóló munkaszervezésnél azonban más a helyzet. Itt a munkavállalónak (jelen esetben a hosznak vagy hostessnek) kell kezdeményezni saját, jól fel fogott érdekeiben a munkaszervezésnek – a munka megkezdése előtt – írásban történő megkövetel. Az eseti allamra szóló munkaszervezésnek tartalmaznia kell a szervezők adatain és a szervezők helyén, dátumán és hatálybalépésén túlmenően a megbízás időtartamát és helyszínét, a munka mibenlétét, a hosst feladatait a munkavégzés során, a hosst elátását, illetve a munkája közben megillető költségtérítés (gépkocsihaszonlat, étterem, szálloda, beépők) mértékét, a napi munkakórak számát, a díjazás mértékét, a fizetés módját és határidejét, a szervezés felmondásának következményeit, kártérítési illetve jogvita esetére a megfellelő hivatkozásokait és természetesen a szervező felk aláírásait.

Nem szabad szóbeli megállapodás alapján elkezdni dolgozni, mert a végén könnyen pórtul járhatunk.

Most pedig nézzük, hogy milyen állandó és eseti, alkalmi (nem egy esetben rendszeren visszaértő) időleges megbízatásai lehetnek egy hostessnek.

2. Állandó hostessmunkák

Az állandó hostessmunkák köréből a szállodai hostess tevékenységét tárgyaló fejezet a legterjedelmesebb, a legérdekeltezőbb. Ez nem csupán azért van így, mert megítélsem és tapasztalataim szerint a szállodai hostess tevékenységi köre a legösszetettebb, hanem azért is, mert ebben a fejezetben szó lesz sok olyan dologról, amelyek ismerete és alkalmazása elvárható a többi állandó hostessmunkát végző szakembertől is.

Sokan szeretnék szállodai vendégtérben dolgozni, mert úgy vélik, hogy színes, érdekes munka – és ebben igazuk van. Míg van az idegen nyelvek gyakorlására, és közben soha nem lehet unatkozni, mert minden vendég más és más. A szállodai hallban úgy, a vendégekkel beszélgetve, a látók szerzett „személyes” információk alapján a hostess számára kinyílik az egész világ.

Pont azért, mert ez a szakma divatos – és jövedelmezőnek is mondható – ritkán hirdetnek a cégek, hogy szállodai hostessi keresnénk. Gyakoribb, hogy belső munkatársakat portofóliával olyan régebbi szállodai dolgozók kerüljenek ebbe a munkakörbe, akik már másutt bizonyították rátermetiségüket.

A következőkben nézzük meg tehát, hogy mi mindennel foglalkozik egy szállodai hostess, illetve milyen egyéb állandó hostess tevékenységekkel találkozhatunk még az idegenforgalomban.

2.1. A szállodai hostess

Hosszú évek – néha keserves, gyakran örömteli – tapasztalatai taníthatják meg a szállodai hostessről került hostess, hogy a szálloda egy semmi máshoz nem hasonlítható, ugyan szigorú követelmények szerint működő, zárt, mégis sokszor szemfényvesztő, különös világ.

A gyakorlat alapján akár azt is hihetnénk, hogy a hostess többé-kevésbé nélkülözhetetlen egy szálloda életében. Sok szállodában nincs ilyen munkakör. A jó hostess pozitív szemléti kisugárzásával, kapcsolatteremtő készségével, figyelemességével, szakmai és nyelvi tudásával – sok egyéb értéke mellett – ezekből sokat adva, töltöket meg a munkáját tartalommal.

A vendégek az elegáns szálloda halljában szeretik, értékelik és igénylik a hostess jelenlétét. Az igényes, vendégek közötti szolgáltatási nyújtó szállodákban többnyire találkoznak a hostessszel. Ahhoz, hogy a hostess szállodai feladatai tárgyaltak legyenek, érdemes elmagyarázni, a hostess feladatait a többinél inkább részletezve, ideidézni egy tipikus szállodai Front Office felépítést.

A FRONT OFFICE SZERVEZETI FELÉPÍTÉSE
A HOSTESS SZEMPONTJÁRÓL

(szállodánként kisebb eltérések mutatkozhatnak)

Front office manager

frontális	kasszafrontók	rec.fönök	rezerváció	hostess (egyes szállodákban kisebb mértékben vallozhat) business centr. rec. iroda adminisztrátorok	információ-	szolgáltatás	pénzváltás	guide, tolmács,	babysitter	transzfer gépjárművek	idegen irodák	programjai	saját programok	Mädchen für Alles	rendezvények,	jegybeszerzés	utazási jegyek	intézés	– rent a car szolgáltat
portások	kasszáskok	repció	rodavezető		– információ-	szolgáltatás	– pénzváltás	– guide, tolmács,	– babysitter	– transzfer gépjárművek	– idegen irodák	programjai	– saját programok	– Mädchen für Alles	– rendezvények,	– jegybeszerzés	– utazási jegyek	– intézés	– rent a car szolgáltat
portások	londiner	kocsirendező	boy		– információ-	szolgáltatás	– pénzváltás	– guide, tolmács,	– babysitter	– transzfer gépjárművek	– idegen irodák	programjai	– saját programok	– Mädchen für Alles	– rendezvények,	– jegybeszerzés	– utazási jegyek	– intézés	– rent a car szolgáltat
transzfer	boy	kocsirendező	boy		– információ-	szolgáltatás	– pénzváltás	– guide, tolmács,	– babysitter	– transzfer gépjárművek	– idegen irodák	programjai	– saját programok	– Mädchen für Alles	– rendezvények,	– jegybeszerzés	– utazási jegyek	– intézés	– rent a car szolgáltat
transzfer	boy	kocsirendező	boy		– információ-	szolgáltatás	– pénzváltás	– guide, tolmács,	– babysitter	– transzfer gépjárművek	– idegen irodák	programjai	– saját programok	– Mädchen für Alles	– rendezvények,	– jegybeszerzés	– utazási jegyek	– intézés	– rent a car szolgáltat
transzfer	boy	kocsirendező	boy		– információ-	szolgáltatás	– pénzváltás	– guide, tolmács,	– babysitter	– transzfer gépjárművek	– idegen irodák	programjai	– saját programok	– Mädchen für Alles	– rendezvények,	– jegybeszerzés	– utazási jegyek	– intézés	– rent a car szolgáltat
transzfer	boy	kocsirendező	boy		– információ-	szolgáltatás	– pénzváltás	– guide, tolmács,	– babysitter	– transzfer gépjárművek	– idegen irodák	programjai	– saját programok	– Mädchen für Alles	– rendezvények,	– jegybeszerzés	– utazási jegyek	– intézés	– rent a car szolgáltat
transzfer	boy	kocsirendező	boy		– információ-	szolgáltatás	– pénzváltás	– guide, tolmács,	– babysitter	– transzfer gépjárművek	– idegen irodák	programjai	– saját programok	– Mädchen für Alles	– rendezvények,	– jegybeszerzés	– utazási jegyek	– intézés	– rent a car szolgáltat
transzfer	boy	kocsirendező	boy		– információ-	szolgáltatás	– pénzváltás	– guide, tolmács,	– babysitter	– transzfer gépjárművek	– idegen irodák	programjai	– saját programok	– Mädchen für Alles	– rendezvények,	– jegybeszerzés	– utazási jegyek	– intézés	– rent a car szolgáltat
transzfer	boy	kocsirendező	boy		– információ-	szolgáltatás	– pénzváltás	– guide, tolmács,	– babysitter	– transzfer gépjárművek	– idegen irodák	programjai	– saját programok	– Mädchen für Alles	– rendezvények,	– jegybeszerzés	– utazási jegyek	– intézés	– rent a car szolgáltat

A szállodai hostess, aki programszervező háztasszony, a szállodai hallban, a porta közelében dolgozik. Nyelvtudása kiemelkedő fontosságú. A precíz értes, a válaszolni tudás és az empátia teszi lehetővé a problémás esetek, komplikáltabb feladatok megoldását. A vendéget nyelvi problémák miatt nem, vagy csak körülbelül érő kollégák viselkedésén gyakran észleljük, hogy elhárító, lámadó, lekezelő magaviselettel próbálják leplezni nyelv-tudásuk hiányosságait.

Információ

Mint mindenütt, így a szállodában is a hostess legfontosabb feladata az információszol-gáltatás. Vizsgáljuk meg az információ kérdéskörét egy kicsit közelebbről, külön tárgyalva az információk megszerzését, a közvetítést a vendég felé, illetve körözését a kollégák között.

Információk megszerzése
 Az információk és információ anyagok gyűjtése a hostess egyik legfontosabb feladata. A jegyzet előlvasása után azonnal szerezzenek be egy regisztrációs füzetet. Ez lesz a KISOKOS, amibe minden hasznos és fontos cím, telefonszám, nevei rögzíteni kell. Egy jó KISOKOS a hostess legfontosabb segédeszköze. A hostessnek tájékozódnia kell:

- A szállodán belül (Milyen rendezvények, kiállítások vannak a házban? Kifőni az infomációs táblára is!)
- A szállodán kívül (Mi történik a városban, az országban, ahol lakom, milyen új szolgáltatások, szállodák, éttermek, templomok stb. nyíltak, hol, milyen kulturális és egyéb – pl. sport – események zajlanak, ezek nyitva tartása).
- A világban (Legáltalában nagy vonalakban tájékozottnak kell lenni a világ politikai, gazdasági eseményeiről, mert ennek a napi munkára is kihatása van. Pl. kitör az öbölháború – nem megnézni repülőgépek Kuvaiba, nem jegyzik a kuvaít dinárt, polgárháború Jugoszláviában – a török vendégmunkások Magyarországon kereszti autónak és lassítják a határátkelést stb.).

Fontos: Mit hol találok meg, minek, hol nézhetek utána? (Kisokos, menetrendek, telefonkönyv)

- Információs anyagok gyűjtése, karbantartása (műsorok, műsorfüzetek, programfüzetek). Informálódni műzeumok, cirkusz, állatkert, üttörvasút, hűbégő, korsolyapálya, kaszinók nyitva tartásától. Közlekedési térképek beszerzése elengedhetetlen.
- A Tourinform biztos információforrás, telefonszáma legyen a Kisokosban!
- Nagyon fontos a szállodában az óráttárlásra tavaással és összel figyelni, és erre a vendégeket is figyelmeztetni kell.

Információadás, -közvetítés

A vendég fele a megszerzett információk alapján (lásd az előző pontot) tanácsot kell tudni adni. Az emberismeret nagyon fontos! Javaslunk a vendégnek, de semmit nem szabad ráerőszakolni. Magánélelményünk ne domináljon tanácsadáskor, inkább a vendég igényeit próbáljuk meg felmérni. Ha valamit nem tudunk, nem szégyen. De utána kell nézni, és másnap visszatérünk a kérdésre (ha nem találkoztunk, üzenet, levelet hagyunk a vendég részére).

Fontos: az ígérlet szép szó! Ha valamit megígértem, mindenképpen törekedni kell a teljesítésre.

Információtovábbítás, -áramoltatás (kollégák közl)

Tisztaban kell azzal lenni, hogy a lehetséges konfliktushelyzetek elkerülése érdekében hány különböző helyet, szintet szükséges tájékoztatni (pl. a csoport hideg csomagtól két reggeli helyett: nemcsak az étteremnek, konyhának, idegenvezetőnek szólni, hanem a portának, földmunkák is, nehogy más buszba kerüljön be a csomag).

Ugyanígy végig kell gondolni: dátum, transzfer időpont, létszám, szobaszám, menü stb. módosulás ki mindenkit érinthet még, és mindenkit értesíték, akit illet. Ezek után nézzük, hogy az információadáson kívül mi minden tartozhat egy szállodai hostess feladatai közé.

Pénzváltás

A pénzváltás, valuta- és devizakezelés nagy figyelmet és körültekintést igénylő munka. Nem a jelen jegyzet feladata az ezzel kapcsolatos ismeretek megismerése. Akinck leendő munkahelyén munkaköri köteletség lesz a pénzváltás, feltétlenül menjen el olyan tanfolyamra, ahol a pénzváltással kapcsolatos ismereteket biztonsággal elsajátíthatja, mert ez a feladat számos bukástól rejt magában.

(A témával kapcsolatban gyakran előforduló alapfogalmak: valuta, deviza, vételi, eladási, középárfolyam, valutaelszámolás, valutaelszámolat, valutaösszesítés, új árfolyamátb-lázat, fellelveállítás, hamis pénz, csek, hitelkártya.)

Guide, tolmács, baby-sitter szolgálat

A guide, tolmács, baby-sitter közvetítés jó emberismeret, szervezőkészséget feltételez. Fontos a naprakészen vezetett „kisokos” telefonszámokkal, kapcsolattartás, -bővítés, referenciák, erre specializálódott irodák, cégek feltárása, kapcsolatfelvétél, összehasonlító árelemzés.

A transzfer gépjárművek szakmai felügyelete

A hostesshez (nemely szállodában utazási irodai ügyintéző) tartozhat a szálloda tulajdonát képező transzfer személygépkocsik és kisbuszok szakmai felügyelete és értékesítése. A menellel, üzemanyag, teljesítménylap stb. többnyire az áruforgalomhoz vagy a gépkocsistádozóhoz tartozik. Figyelniünk kell a gépkocsistádozó megjelenésére, nyelvtudására, a gépjármű tisztaságára, szalonképesség megjelenésére, valamint arra, hogy a kolléga nyomom követhető, elérhető legyen, mert ezek hiányában a kócsi nem értékesíthető rendszeresen és biztonsággal.

Idegen (külső) utazási irodák programjainak értékesítése

A vendégek sokféle programigényét nehéz és költséges lenne minden esetben saját szervezett programokkal kielégíteni. Célszerű mások programjait jutalek fejében árusítani, pl. az IBUSZ, Cityrama Mecsek programjait.

- Történet a cégek közötti megalapodás (szerződés) létrejöttét követően, a szerződésben kikötött jutalék a cégé.
- Történet egyéni megkeresést követően, a legkülönbözőbb programokra vonatkozóan, a jutalék az értékesítő (adózás – veszélyek – időnyire nem a legnyitósabb programok után fizetik a legjobb jutalékok, sőt).
- Történet egyes konstrukcióban (pl. 10% a cégé – 10% az értékesítő).

Saját programok

Programcsomagok (package) összeállítás, kalkulálása és kiadása, illetve rendezés esetén azok megszervezése és lebonyolítása, valamint elszámolása (utókalkuláció) is lehet. Hostess feladata a szállodában az értékesítési vezetéssel együttműködve, a következők szerint:

- A) Üres időszakokra előre ki lehet ajánlani vendégcsalogató csomagokat (pl. 3 napos opera package, cél: szolid haszon, a szálloda ne legyen üres).
 - B) Erkeztetést jelző (csak szoba reggelivel) csoportoknak ki lehet ajánlani programokat a szobavisszatérőkor (transzfer, városnézés, kirándulások, színház, étterem). Ha nem is vesznek mindent ingyenbe, az ajánlat ötleit ahhoz, hogy egyáltalán észbe jusszon kémi! C) Sok csoport, vagy egyéni vendég konkrét kívánságokhoz keres ajánlatot (lovaglás, étterem, városnézés stb.).
- Csak abszolút megbízható szolgáltatásokkal szabad dolgozni.
- A teljesítést követően a bevételekről, ráfordításokról és a haszonról utókalkulációt készítenek.

A hostess mint Mädchen für Alles

A háznak szüksége van egy olyan személyre, akit a legkülönbözőbb nyavalyákkal meg lehet keresni – keresik is a vendégek és a menedzsment egyaránt.

Idegenvezetés

Az idegenvezető tud hostess ruhában realitást és programokat képes kalkulálni, tud figyelni a menüegyeztetésre és kiküszöbölhet egy csomó hibalehetőséget. Szabadnapokra nem elhanyagolható zsebpénzkereséssel lehetséges.

Tolmácsolás

A tolmácsolás a hostessnek nem munkaköri kötelessége, hanem egy külön szakma. Ennek ellenére gyakran kell segíteni nyelvet nem beszélő munkahelyi vezetőknél, vendégeknek, a rendőrségnek, rendezésnek, taxi- és gépkocsivezetőknek, hogy megértsék magukat a vendéggel.

Illyenkor személytelenül, precízen, saját véleményünk és hangulatunk közreadásának mellőzésével járunk el, tárgyszerűen, a lényegre szorítkozáva fordítuk a szöveget.

Hátnézések

Új, nyitó szállodáknál különösen gyakran, de már jól bejáratott házaknál is előfordul, hogy utazási irodai partnereknek, leendő vendégeknek, külföldi kollégáknak kell megmutatni a szállodát (éttermet, fürdőt, uszodát, szobákat stb.). Lehetőleg már a vizit elején próbáljunk udvariasan tudakozódni, melyik terület érdekli különösen a partnert, és az általános ismeret és mellett a kiemelt területről próbáljunk több és részletesebb felvilágosítást adni.

Study Tour

A szállodai hostessnek gyakran kell kíséretie study tour-ra a szállodába érkező vendégeket. Mit jelent ez? Célünk megőrizni és potenciális üzleti partnerei számára ingyenes, csekély térítés fejében nyújtott bemutatkozó körutazás, látogatás vagy program szervezése, lebonyolítása. Figyelni kell arra, hogy a lehető legelőszóbban (hiszen a meghívó, vagyis cégem fizeti), a legjobbat nyújtjuk.

A hostess is lehet vendég utazási irodák, programgázdák programbemutató study tour-jain. Nagyon hasznos és esetenként kellelmes dolog. Meg kell próbálni időt szakítani a részvételre, és tájékozottságunk a többi kollégát, akik nem voltak ott. Sokkal szemléletesebben és pontosabban lehet beszélni egy olyan programról, amit már látunk (pl. lovasbemutató Lajosmizsén) és nem pusztán leírásból ismerjük.

Rendezvények, konferenciák a szállodában

A bankettmenedzser területre, de tájékozottnak kell lenni, ki milyen témában, pontosan hol, mértől-meddig tart konferenciát, tanácskozást a házban. Ha külső vagy belső vendégek tájékozódni akarnak, ne álljunk ott tudatlanul. A szakmai konferenciákhoz kapcsolódó szabadidőprogramok szervezése és lebonyolítása tartozhat a hostess feladatai közé. Legyen igényes!

A részvevő, nagyon elfoglalt szakmai közönségnek többnyire csak lényegre törő városnézést van ideje. A kísértőknek sokféle program szervezhető (pl. Lady-s program, shopping, beauty program, főzőtanfolyam stb.), sajnos ezeket a szabadidőprogramokat a konferenciát szervező cég (PCO) többnyire már meghirdette és eladta. A szállodai program-szervezőknek nem sok játéktérük marad.

Jegybeszerzés művészeti és szórakoztató rendezvényekre

Jegyrendelés színházba, koncertre, operába:

- a szervezők: csoportoknak, egyénieknek egyaránt napokkal, hetekkel az előadás előlehetősége, a színházak szervezési osztyályán (szolid jutalékot adnak);
- tárgynapon a kasszáni lehetőségek, ilyenkor többnyire mi fizetünk jutalékot. A kasszában fenntartanak a szállodáknak bizonyos mennyiségű előjegyzel, a komisszióval ezt a

rizikót fizetjük meg. Ezzel a rendszerrel az a probléma, hogy a vendég sokszor azt hiszi, hogy a szálloda pécsetteli rá, tisztességtelen haszonszerzés céljából.

A jegyek elhozatala a szállodai boy-jal vagy komissiózó londonnrel, a főportással, vagy műszakvezetővel egyeztetve, komissió fejtében történik. Kiemelkedő sport- vagy más rendezvényekre (könyvtüzenei, szilveszteri, üjévi stb.) fel kell venni a kapcsolatot még több rendező szervekkel. Minél kisebb a jegyhez jutás esélye, annál magasabb komissiót kell fizetni a jegyért. A vendég ezt többnyire elfogadja, de **előre** tájékoztatni kell róla. Információs, tájékoztató, szemléltető segédanyagok előzetes beszerzése nagyon fontos.

Kisegítő hostesszevkenységek a szállodában

A hostess a Business Centerben

A hostessnek többnyire kiemelkedő, de legalábbis jó nyelvtudással bíró dolgozók. Ismeriük kell a BC-ben található gépek működését (telex, telefax, fénymásológép, szövegszerkesztő, írógép). Ez egyfelől azért fontos, mert ezáltal képesek valának helyettesítő tevékenység ellátására (pl. betegség esetén), bonyolultabb üzleti levelek, reklámátvitel megírására. Másrészt sok esetben a hostess kerül hamarabb kapcsolatba a házban lakó üzletcemberekkel, és az ő megbízásait a leggyorsabban direktben teljesíteni (nem átpasszolni a munkát az ügyi is tudható kollégákra), nem elfeledkezve azonban a számlázási kötelezettségről, hiszen a vendégnek a fax, telefon, fénymásoló használatáért is fizetnie kell.

Portál munka

A hostessnek tisztában kell lennie a portai, recepciós, kasszás és az értékesítő, illetve rezervációs irodai munka alapelveivel is. Egyrészt a munkatérületek kapcsolódása miatt, másrészt előfordulhat, hogy egy-egy alkalommal helyettesíteni kell megbetegedést, létszámhiány, rövid távollét, értekezlet stb. miatt a hosszabb-rövidebb ideig lévő kollégákat.

A Guest Relations Manager

Ki a Guest Relations Manager (Officer) a szállodában és miben tér el munkája a hostessétől? A két munkakör között számos azonoság van, de jó néhány különbség is. Többek között azonos erkölcsi, szakmai és nyelvi elvárások fogalmazhatóak meg mindkét munkakörrel kapcsolatban.

A Guest Relations Manager kevésbé helyhez kötött munkát végez, és többnyire nem végzi értékesítő (profitorientált) tevékenységet.

Ő is a szállodai vendégtérben tartózkodik, de sokkal többet mozog. Fő és alapvető feladata a vendégek fogadása, szobájuk és a beosztásuk ellenőrzése, a vendégek felkísérése, a VIP-vendégekkel való kiemelt törődés, szünetnapok és más jeles alkalmak figyelemmel kísérése és ezekre ajánlások készítése, információadás minden témában stb. Pénzváltással, programszervezéssel nem foglalkozik.

Üzemelési forgatókönyv, ügyviteli rend

A szálloda minden egyisége meghatározott, az üzemelési forgatókönyvben rögzített feladatokat lát el. Az üzemelés során felhasználhatóak, a bevételekkel és kiadásokkal történő elszámolás, illetve elszámoltatás rendszert foglalta magában az ügyviteli rend, melyet a főkönyvelő (gazdasági igazgató) határoz meg. A lentiekben foglaltak szerinti üzemelés minden dolgozóra kötelező érvényű.

Mi a legfontosabb?

Ki, mikor, kinek, hogyan, mennyit és milyen feltelek teljesülése esetén fizet?

Ez az egyik legfontosabb dolog a szállodában, ugyanis a fizetés elmaradása esetén a szállodavezetés a dolgozóval megfizetendő az elmaradt összeg, ezek sokszor nagyon borsosak.

Egyéni, már a szállodában lakó vendég esetében mindig pontosan tisztázni kell, hogy a vendég megérti-e, elfogadja-e az általunk megadott programot (színházjegy, városnézés, kirándulás, transzfer esetében), mert ez a szobai megállapodás nemegyszer az egyetlen fizetési garancia. Ha rossz az emberismeretünk, nem jól mérjük fel a szituációt, vagy bárhol máshol hibát vétünk, a vendég nem fizet ki a szolgáltatást és befizethetjük helyette (pl. színházjegy, vonat-, illetve helyjegy stb. esetében). Itt is meg lehet próbálni előlegeztetni, de ezt a vendég sok esetben kifejezetten sértésnek veszi. Sokszor előfordul az is, hogy a vendég egyszerűen a szállójára terhelte az összeget, ezt csak utólag, a szolgáltatás teljesülését követően tehetjük meg.

Mire figyelünk tehát nagyon?

A szállodában lakik-e a vendég? Mikor utazik el? Mi a neve? Mi a szobaszáma? Pár fős egyéni kiscsoport esetében egy, az általuk kijelölt személlyel dolgozzunk. Az ő neve? Szobaszáma? A többiekől nem fogadunk el módosítást, mert kereszthez nem minden esetben a kaosz a legrosszabb. Szobaszámára terhelés esetében, bizonylatunkat minden esetben alá kell írni a vendéggel, ellenkező esetben a kassza nem fogadja el. Ha készpénzfizetés van, ez mikor történik, milyen pénznemben stb. Mindent előre tisztázni kell!

Vigyázat! Nevet és szobaszámot együtt írjunk fel, mert szobacsere esetén probléma lehet, ha nem tudjuk a vendég nevét.

Vendégüpusok

Vizsgáljuk meg a következőkben, hogy milyen jellemző „alap”-vendégüpusok vannak egy szállodában és melyek fő jellemzőik.

Egyéni átlazó vendég: Rövid idő alatt sokat szeretne látni, felületes információk elgondók a számára, az elvár, előre elképzelt imázi szeretné igazolva látni.

Három napon túl tartózkodó turista: Jól akarja érezni magát, új információkra nyitott, szervezhető, lényegibb dolgokra is kíváncsi, nem biztos, hogy csak Budapest érdekli, néha meglepően tájékozott és felkészült Magyarországot illetően.

Csoportos (szervezett) lekötött programmal rendelkező vendég: Gyakorlatilag megközelíthetetlen, minden percét leköti a partnerroda által szervezett program, maximum azt kérdezi meg a hostessétől, hogy merre van a mosdó és hány Ft-os bélyeget kell venni a haza küldendő képeslapra.

Szabadon szervezhető csoport: Ha érkezésnél időben hozzáférhető (érdemes akár a repülőtéren is kimeneti egy ilyen csoportért), a szabadidejük jó részére szervezhetőek (sok programot el lehet adni).

Üzletember: Céludatos, szigorú napirend szerint mozog, az üzleti ügyei intézésében szívesen vesz a segítségét, egyéb dolgok nemigen érdeklik. Mindig szel. Precíz, pontos információkat és munkát vár el. Eseti programját illetően nyitott igényes kulturális és gasztronómiai programajánlatokra.

Gyógyvendég: Többnyire idős, intolleráns, feledékeny vendég, túlértékény, esetenként sérült lelki személyiség is előfordulhat (pl. mozgássérült vendégek), fokozottan gondos odafigyelést, szecrélet és törődést igénylő vendégtípus.

Magyar származású, rokonlátogató vendég: A várost, az országot, az árákat jól ismeri, segítségével szerezett exkluzív jegyekkel szerez örömet itt élő rokonainak, ismerőseinek egy-egy jegyhozzaérthetőség szempontjából problémás kulturális rendezvényre.

Törzsvendég: Visszatérő, kialakult szokásokkal és igényekkel bíró, nagyra tartott vendég (hogy megtartsuk, minden módon igyekszünk a kedvében járni, pl. mindig ugyanazt a szobát kapja, születésnapján ajándékol, érkezéskor bekezdést kap stb.). Az előzőekben felsorolt három vendégtípus mindegyike válhat törzsvendéggé.

VIP-vendég: Very Important Person – különösen nagy figyelmet igénylő vendég (szó szerint fordításban: Nagyon Fontos Vendég). Lehet művész, politikus, elportoló, a szálloda egy fontos üzleti partnere stb. Minden körülmények között VIP-vendéggé kell kezelniük a visszatérő törzsvendéget.

Néhány jó tanács a napi munkához

A hostess munkabeosztása. A hostessnek többnyire párban dolgoznak. Nagyon fontos a megfizethető váltótárs. Közös anyagi felelősség! A mások által vételi hibák gyors kiküszöbölése közös érdek. A heti teljesítendő órák számától és a hétrégi beosztástól függően

célszerűtlen hosszúságú, azaz egy-két napig 10–12 órát dolgozni, amit szabadsnap követ. A helyi beosztási előre el kell készíteni és írásban benyújtani munkahelyi vezetőnek.

A munka kezdete. Az üzenetidő kezdete előtt legalább negyedórával célszerű beérni a

munkahelyre, reggelizve, sminkelve, hibátlan munka- (illetve egyen-) ruhában. Kikapcsolni az eszközöket, amivel dolgozunk, ellenőrizni a telefonkészülékünket, lámpát, kinyitni a zárt szekrényeket, kollegáinktól átvenni az esetleges üzeneteket.

Mi legyen az asztalunkon? Az asztalon az esztétikumnak és a célszerűségnek egy-

aránt jelen kell lennie. A tiszta asztalon (célszerű a biztonság kedvéért saját porrongyot is tartani a fiókban) legyen néhány szép dísz (virág, kerámia stb.) ami otthonossá, vonzóvá teszi a helyet.

Feltétlenül legyen az asztal tulajdonán legalább két szék, hogy a vendég leülhessen. Itt nemcsak a kényelem a fontos, mindenki rosszul érzi magát, ha a beszélgetőpartnerek fejé-

nem azonos magasságban van.

Ezen túlmenően csak a célszerűséget szolgáló eszközök legyenek az asztalon. Jól világító lámpa, számlógép, jegyzetlomb(ök), egy tolltartóban lévő és javítóeszközök.

Legyen pár reklámtoll, amit a vendég el is vihet magával. Fontos egy nagy üzenőfüzet, ahova minden elintéznivaló dolgot felírunk és átadunk a vállalatunknak. Itt szerepelnie kell minden bejegyzésnél a szabászatának, névnek és a pontos információinak, hogy mit kér a vendég, mikorra és hogyan fog érte fizetni. Fontos az asztali naplót, ahova a napi leendőket előre bejegyeztük emlékeztetőnek (pl. 106-os szoba Mr. Klein, 2 fő, operajegyek pénék de., a Fidelityra ismét próbálni!) A hosszú távú bejegyzések ugyanis az üzemi-
nőben rosszul rögzíthetők, hiszen az naponta forog. Célszerű a lezárt ügyeket kikapálni, át-
húzni stb., hogy ránkészere kitűnjön, mi van még hátra.

Távozás előtt minden bejegyzést újból át kell olvasni. Ezzel biztosítjuk, hogy minden pontosan eljuttassuk. Nincs kínosabb, mint egy kedv csúszása 1800 Ft értékű operajegyet szerda reggel megtalálni a fiókban. Nem is beszélve a családotti vendégről, aki előző este, mikor a hostess már rég hazament, égre-földre keresi a kollegáknál a megírt operajegyet. Célszerű otthoni telefonszámmunkát beírni a portai Kísérőbe, hogy ha baj van, kollégáink el tudjanak érni bennünket. Vállalatunknak pontokba szedve hagyok írásos listát a másnapi elintézendőkről.

Asztalunkon lehetőleg ne legyen más holmi, mint a fentebb felsoroltak (cél, ital, cigár-
retta, könyv, újság, fésű, körömlakk stb. – szigorúan tilos!). **Vendégtérben a személyzet-
nek dohányozni tilos; Enni tilos; Rágógumizni tilos!** Asztalunkon legyen hamutartó a
vendégnek: ezt használat után ki kell önteni és tisztítani vagy kicserélni. Ne üldögéljünk
koszos hamutartó mellett.

Nyomatványok, segédanyagok. Célszerű a gyakran használatos prospektusokat
(a szálllodáról, programokról, rent a car lehetőségekről), térképeket, a kényelvű program-
füzetet egy, a hostessasztal mellett kisasztalon vagy állványon tartani, hogy a vendég el-
vehesse és miután állapozta, konkrét kívánságaival jöjjön vissza.

Részletesebb, magyar nyelvű segédanyagot (PM, opera- és színházprogramok, Néző,
havi koncertműsor, programok részletes leírása, árai stb.) célszerű valamelyik fiókban
tartolni, ahonnan gyorsan elő lehet venni, ha szükség van rá. Ha kinn marad, hamar elvisszik

és nem tudunk miből dolgozni utána. Sok szóróterkép kell, amit a vendég tájékoztatására, kérésére bejelölve oda tudunk adni a kezébe és elviheti magával.

Sok új cég keresi meg ajánlataival a portát és a hostessai egyaránt, programot, buszt, éttermet, vadászatot, folklorizmussort stb. ajánlva. Ezeket karban kell tartani, szortírozni kell. A hostess legyen nyitott az új lehetőségekre, de kipróbálás előtt (fontos a személyes vagy kollégák által közölt információ alapján történő meggyőződés az ajánlat minőségéről) óvatosan szabad csak ajánlani ezeket a helyeket. Bizonyos rugalmasságot feltételezve minden területen celszerűt megbizható, kipróbált szakemberekkel együtt dolgozni.

Nagy forgalom esetén elkerülhetetlenül több vendéggel szimultán foglalkozunk egy-azért. Egy mosoly, egy szemkontaktus lehet, sőt kell is mindenkivel, de aktíval valóban foglalkozunk, arra figyelünk nagyon oda, az elhangzottak minden kis részletét legalább „ságvortokban” rögzítsük (cellizés). Később szépen át lehet vezetni mindent az üzemb-füzetbe.

Ha egy mód van rá **ne küldözgessük** a vendéget. Még ha porta, business center feladat-köre lenne is, amit a vendég tőlünk kér, vagy mert nincs ott az illetékes kolléga, vagy mert nem pontosan tudja a vendég, kihez is forduljon, intézzük el gyorsan a dolgot, ha tehetjük – de csakis a kollégák érdek- és illetékességi szférájának megsértése nélkül.

Elképzelhető, hogy a személynél minden igyekezzete dacára valaki hibát vét és a vendég dühös.

Célavezető a jogosan haragvó vendéget még ittlékor, lehetőleg személynél meg-nyugtató, bocsánatot kérni, szánni-bánni hibáikat, mert a dolgot így viszonylag kis ener-giabefektetéssel el lehet rendezni. Nincs rosszabb, mint a haragvó vendég utólag a vész-igazgatóhoz írt több oldalas panaszlevegőre válaszokat és igazolójelentéseket írni – ter-mészetesen idegen nyelven.

Konfliktushelyzetek

Tegyük fel, hogy a vendég ordítva közledek, és vélt vagy jogos sérelmét hangosan köz-hírvé téve püföli a pultot. Mi a teendő?

1. Nem szabad megijedni! Nem szabad felni a vendégtől!
2. Hívások és nyugodtak maradjunk, lehetőleg mosolygunk. Először is meghallgassuk. Hagyjuk, hogy jól kibeszélje magát, eközben pozitív egyetértő, szönygyfűkötő, álmal-kód meclakommunikatív üzenetekkel biztossíjok odaadó figyelemünkről, sajnálatunkról és megértésünkről.
3. Kérdezünk, figyelünk, együttérzünk, igazat adunk és közben észrevétel nélkül srófóljuk mind lejjebb és lejjebb a hangnemet. Mikor kiderült a jogos vagy vélt sérelem oka, elő-szor is megnyugtassuk a vendéget, majd a lehető leggyorsabban megpróbáljuk orvosol-ni a problémát.

Fontos! Ahogy az előző fejezetekben is olvashattuk, nagyon fontos megtanulni lényegre-törően kérdezni! A vendég gyakran idegen nyelven hadarva, hatalmas információhalmazt zúdít a nyakunkba. Célrátörőn ki kell hámozni ebből, hogy pontosan mit is akar. Mi a neve,

szobaszáma? Milyen létszáma kéri a programot, ki és hogyan fog fizetni a megrendelt szolgáltatásért, pontosan mikorra kéri a programot stb. Ezt rögzítjük aztán magunk részére az üzenőfüzetbe. **A legtöbb probléma és vendégpanasz ugyanis a vendég meg nem értesése, a visszacsatolás ellenőrzésének elmulasztása miatti kommunikációs csapdákban** adódik.

2.2 A győgy szállodai hostess munkája

Győgy szállodákban (pl. a Danubius Rt. szállodái) van erre a tevékenységre szükség. Ha a szálloda gyógy-idegenforgalma indokolja, a gyógygyhostess lehet külön személy is, de többnyire a hostessok végzik ezt a munkát kiegészítő tevékenységként.

A feladatkörbe tartozik gyógyvendég találkázók, klubestek, ismerkedési estek vagy délutáni szervezése és azokon házasszonyként való közreműködés. Partnerközeletés különböző kártyajátékokhoz, illetve sportprogramokhoz (bridge, tenisz, sak, ping-pong stb.). Az egyéni, illetve csoportérkezők után házbemutató, illetve a közeli környezeti bemutató csoportos séták stb.

Idő tartozhat még sporteszköz, játékok kölcsönzése, kiskönyvtár felállítása (sokszor a vendégek által otthagyt, már olvasott könyvekből), a klubterem karbantartása és felügyelete. A tapasztalat az, hogy a gyógygyvendég speciális bánásmód, hozzáállást igényel, és ha megkapja a kellő odafigyelt gondoskodást (szerelelt), könnyen lehet belőle visszatérő törzs-gyógyvendéget csinálni.

Csak nagyon türelmes, toleráns, anyáskodó típusú személyiségek csinálják igazán jól ezt a hostessmunkát.

Uj tendencia a gyógyidegenforgalomban, hogy nemcsak idős és beteg (jobbra mozgásért) vendégeknek értékesítik a gyógygy szállodát, hanem az úgynevezett rekreációs sportturizmus keretében szőlő, fiatalodni, kikapcsolódni, kondíciójukat javítani vagy éppen fogyni szándékozó közép- és fiatalok is megpróbál a szállodai értékesítés kedveztő ajánlati csomagokkal „pacakage” a gyógygy szállóba vonzani.

Emek a vendégeknek megint másra van szükség a kiegészítő szolgáltatások tekintetében. Nekik hosszabb kirándulások, kulturális, sport- és táncos programok szervezése és lebonyolítása javasolt.

2.3 Nem szállodai hostess feladatok

Hostess a vendéglátásban – éttermi munka

A szállodai hostess is felkérhetik nagyobb rendezvények (pl. balok, szilveszter, tájnapok a szállodában) alkalmából, hogy átmenetileg lásson el hostessmunkát a szálloda éttermében. A feladatokat és öltözködést ilyenkor az éttermi igazgató vagy üzletvezető határozza meg, többnyire a vendégek fogadását, asztalhoz kísérését, ételajánlást, illetve

az étlap ismereteseit, bárlok esetében némi animátort munkát is magában foglaló, házi-asszonyi tevékenységet jelentő munka.

Nagy és kiemelkedő színvonalú szolgáltatást nyújtó éttermek állandó munkakörben is alkalmazzanak hostesszeket.

Az állandó éttermi hostesszek feladata lehet a vendégek fogadása, köszöntése, ruháztatása, kísétese, leültetése, étlap és tanácsadás, az ételkezeléssel kapcsolatos kérdések megválaszolása. Ez ügyben nagyon fontos előzetesen a konyhafőnököktől néhány különórát venni arra nézve, hogy mit is tartalmaznak az étlapon szereplő fantázianevek, pláne, ha az illető ifjú hölgy esetleg még nem jellemezhető a konyhaművészet tudományában! A hostess feladata lehet még kirúgás, háznépvezetés, emlek ajándéktárgyak, szakácskönyvek árusítása is.

A kitélezési versenyhelyzetben keményen profitorientált vendéglátóhelyeken komoly szerepe lehet a hostessnek az ún. **belső értékesítő munka** fókuszában is.

Az a tapasztalat, hogy jó fizetőkészségű vendég esetében, ha kedvesen foglalkoznak vele, kínálják, figyelemmel felhívják rák a csemegekarc, étel-ital különlegességekre, jelenítő-sebb költségre lehet inspirálni, mint amennyi magától cszibe jutott volna. A hostess is ajánl-hat még egy üveg sokéves bort, különleges konyakot, finom szírt az étkezés végén, hőlgyeknek desszertet, likört – és amennyiben az előzőekben (vendégfogadás, háznépés-sib, során) már kapcsolatra kerültek egymással, a vendég ezt nem fogja tolatkodásnak ven-mi, inkább kedves figyelemes, házasszonyi gondoskodásnak tekint majd.

Célszerű, hogy az étteremben dolgozó hostess tisztában legyen a vendéglátó és felszol-gáltási ismeretek alapelmeivel is, mert így tud a leghasznosabban együttműködni az étte-remben dolgozó többi kollégával.

Hostessmunka szabadidőparkokban, témaparkokban

Ez a típusú hostesszevékenység közeli az animátorok tevékenységéhez.

A vendégeket nem csak fogadni, kísérni, informálni és elbűvósítani kell, hanem ennél egy kicsit többre van szükség. A vendégeket bevinni a szórakozásba, egymással össze-ismeretni, készíteni (animálni) arra, hogy konvencionális gallériáikkal levetkőzve tudják meg-lazítani, felszabadulni játszani, ötfelédten aktívan kapcsolódni, nevetni, szórakozni, önmagukat jól érezni.

Animátorként dolgoznak sokszor a leleptett idegenvezetőik is neves turisztikai cent-rumokban, üdülőfalukban (szállodák, kempingek). Feladatulak gyermek-, sport-, tánc-, zenés-, kosztimós, műsoros programok szervezése és lebonyolítása, a vendégek aktív bevonásával.

Hostessmunka kulturális rendezvényeken, casinókban

Elegáns koncerttermek, színházak, casinók előcsarnokában is találkozhatunk csinos, ele-gáns egyenruhát viselő, mosolygós hostesszekkel.

Informálnak az előadásról, a szolgáltatásokról, kezelhetik a jegyünket, műsortűztelei-oztanak, casinókban segédkeznek a regisztrációban, itallal kínálnak.

Vagyis mint a meglatogatóit intézmény házigazdái mindent megtesznek azért, hogy a vendég otthonosan érezze magát, ne legyen kirekesztettség-, elszigeteltségérzete akkor sem, ha netán egyedül menti a meglatogatót helyre és máskor is térjen vissza.

3. Alkalmi, időleges hostess-tevékenységek

3.1 Hostess az üzleti életben

Az üzleti turizmus keretében számos üzletember látogat hazánkba a legvállalozatosabb számúakkal. Van, aki egyszerűen csak vendémet kíván látni, tehát kereskedni akar, de egyre többen vannak olyanok, akik lőkebefektetés, potenciális üzleti partner- avagy bérunka-lehetőségek keresése, névhasználati szerződéses üzlethálózatának bővítése inspirál. Sok külföldi nem utolsó szándéka, hogy miután hazánkban megvett a lábát, tovább terjeszkedjen a színie végtelennek tűnő orosz, ukrán piacok felé.

Ezeken a kezdetben helyismerettel és magyar nyelvismerettel nem rendelkező külföldi üzletembereknek nagy szükségük van munkájuk, de nemegyszer szabaddéjük ellátásának szervezéséhez is idegen nyelveket jól beszélő hostesssekre.

Itt említésem meg röviden, hogy épp a fentiekben említettek miatt, a néhány éve még kevésbé divatos orosz nyelv fontossága egyre jelentősebb. Különösen az angol–orosz nyelvi párosítás szorossága, mert nagyon keresett és ezért jól megfizetett.

Az üzletember tehát, hogy csak a magyar felől történő tárgyaláshoz, tolmácsként veszi igénybe a hostess közreműködését. Illyenkor nagyon fontos az előzetes felkészülés a szaknyelvből, mert az üzleti tolmácsolás speciális szókincs ismeretét feltételezi.

Elképzelhető azonban, hogy az üzletember lehetséges üzleti kapcsolatok, partnerek, lehetségesek felállításához, hálósághoz, engedélyek beszerzéséhez, netán bírósági ügyek intézéséhez kívánja igénybe venni a helyi, és nyelvismerettel rendelkező hostess segítségét, ami nagyon nehéz és felkészítettség munka. Sokat segíthet benne, ha tisztában vagyunk az állampolgári alapismeretekkel, ismerjük az alkotmányt, a parlament feladatait és működését, van némi fogalmunk a kormányzati munkáról, és tudjuk azt, hogy a törvényeknek, jogszabályoknak hol, miként nézhetünk utána.

Üzletemberek nemcsak irodákban, üzlethelyszínekben avagy szállodák hallgatókban találhatnak, hanem nagyon gyakran fehér asztal mellett is. Jó hangulatú munkabérek és vacsorák segítenek szorosabbra fűzni az üzleti kapcsolatokat, elmélyíteni a partnerek bizalmát egymás iránt.

Illyen esetben is lehet szerepe a hostessnek. Közreműködhet az étterem, az asztal, a menü kiválasztásában és megrendelésében. Először is a tárgyaló feléket az étterembe, ahol a tolmácsolástól a számla intézésig ugyanancsak sokféleképpen hasznossá teheti magát.

Étterembe nemegyszer társalkodóként is el kell kísérni az üzletembert, akkor is, ha más vendéget nem hívott meg. Illyenkor általában azért látja vendégül a hostess, mert egy fárasztó nap után vagy közben szeretne az izletes fogások között csevegni, lazítani vagy egyszerűen csak nem akar egyedül lenni.

Sok olyan vásár és kiállítás nyílik rendszeresen Magyarországon – elsősorban Budapesten – közúti idegenforgalmi szakmai és közönségvásárok is, ahol külföldi kiállítók is részt vesznek (pl. tavaszi és őszi BNV, Utazás kiállítás stb.).

Az ilyen rendezvény teljes időtartamára gyakran kérnek a külföldi üzletemberek hosszú fogadásán és tájékoztatásán keresztül az esti üzleti vacsorán, éjszakai mulatságokon

3.2 Hostess kiállításokon és szavastárakon

Elképzelhető, hogy magyar üzletembert kell külföldre elkísérni, szállást foglalni, lovag egy ideig a szállójában, nem annyira elvont közegben mozogva nehezebb helyre bevenni, mint itthon. Amennyire lehet, célszerű előre felkészülni arra, hogy mik az ottani szokások, milyen kommunikációs csapdák leselkedhetnek rák külföldön, és amennyire mód van rá tudatosan figyelni rájuk, kikérülni őket.

Olyan eset is előfordul, hogy az üzletember magával hozza feleségét, partnerét vagy egyéb családtagjait. Az ő fogadásuk, kalauzolásuk, városnézés, szabadidőprogramok, shopping szervezése és a vendégek elkísérése, jegybeszerzés esti kulturális rendezvényekre is lehet az üzletember mellett dolgozó hostess feladata.

Na és mi van akkor ha hibát vétek? Folytatók rá! Mondhatnánk, hogy egy-egy hibát közelebb, mint a partner, mintha mi sem történt volna. De az ilyen nemöröndöm, nem komfort-történet semmi. Nem nyílik meg a föld, sőt nagy valószínűséggel rezzenésien arccal úgy ként kiálló adottságokkal rendelkező ifjú szakember. Nos, akkor és ott lehet, hogy nem **Na és mi van akkor ha hibát vétek?** Folytatók rá! Mondhatnánk, hogy egy-egy hibát közelebb, mint a partner, mintha mi sem történt volna. De az ilyen nemöröndöm, nem komfort-történet semmi. Nem nyílik meg a föld, sőt nagy valószínűséggel rezzenésien arccal úgy ként kiálló adottságokkal rendelkező ifjú szakember. Nos, akkor és ott lehet, hogy nem

Azt tanácsolom, hogy mielőtt elegáns vendéglátóhelyre mennék üzleti partnerrel, avagy Otlik) idevágó fejtegetést az eszközhasználatra, úfészetre, viselkedési szabályokra vonatkozóan és akkor biztos, hogy semmi hibát nem fogunk véteni.

A dohányzással is legyünk óvatosak. Nem szabad rágyújtani, ha nincs hantártár az asztalon, vagy ha a meghívónk nem dohányzik. Ha engedélyt kapunk rá (mert, hogy a dohányzásra előzetesen engedélyt kell kérni asztaltársainktól), akkor is csak a főtől köve-
tően illik rágyújtani. Sülyos illetlenség füstölgő cigarettát mellélt ékezni. Ueán, füstölgő
cigarettával sétálva sem igazán elegáns egy hostess, sőt!

Altalában tanácsos az alkoholfogyasztással nagyon csíján bánti, mert akár csak néhány meghívó nem iszik alkoholt, netán antialkoholista, úgy mi sem rendelhetünk szeszest italt. abban a tekintetben, hogy ha ő csak egy fogást rendel, mi ne rendeljünk őt fogást! Ha a választuk sem a legdrágább, sem a legolcsóbb ételt. Alkalmazkodjunk a meghívónkhoz. Eteremben étel, ital választásánál ne legyünk sem ulizók, sem túl szerények. Ne

való részvételig – nagyon sokféle lehet. Ha véletlenül nem érkezett meg éjszaka a takarítóbriád, úgy bizony a stand takarítása is feladata lehet alkalmanként a sokoldalú hostessnek.

Nagyon fontos, hogy a munka megkezdése előtt megismerkedjünk a képviselő cég profiljával, termékeivel. Ha gépekről van szó, úgy azok működésével, műszaki leírásával is. Tudjuk, hogy hol találhatók a tájékoztató, ismeretterjesztő anyagok, melyik az a szóróanyag, amit bátran ki lehet tenni a standra, melyik nyomtatvány az, amit csak a pultról a valóban komoly érdeklődő számrátartogathatunk. Még kell ismertetni a standon dolgozó többi kollégával, beosztásukkal, lényeges, hogy állásuk a jelenlévők közötti hierarchiát. Ki főnök, ki beosztott, ki diszponál a pénz fölött, ha kiadások merülnek fel sít.

Az is nagyon fontos, hogy tudjuk ki, hol van, távolléte esetén mikor várható vissza a standon dolgozó üzletemberek közül. Kinek milyen terminusa, tárgyalása, üzleti partnere várható.

Az sem árt, ha viszonylag hamar megismerjük melyik kolléga hány cukorral issza a kávé, ki nem szeret hűdögni a sör, mert megfájdul a torka, és tudunk okos tanácsokat adni arra vonatkozóan, hogy hol és milyen ajándékokat célszerű beszerezni az otthon maradt barátok, családtagok részére. Itt is, mint oly sok más esetben, a hostess alapvető feladata a vendég komfortérzetének, otthonosságérzetének a fokozása. Onnan fogjuk tudni, hogy jól csináltuk-e a munkát, hogy a következő évben név szerint visszahívják-e.

3.3 Hostessmunka kongresszusokon és konferenciákon

A kongresszusi turizmus keretében nagy rendezvények során hazánkba látogató vendégek informálására, tájékoztatására gyakran alkalmaz hostesseket a PCO (Professional Congress Organizer).

Egy több ezer fős nagyrendezvény, de akár csak egy néhány száz fős konferencia vendégeit fogadni, irányítani, transzferálni, regisztrálni, tájékoztatni, fakultatív programokra szervezni, szabadidős programjait lebonyolítani, részükre tolmácsolni, minden egyéb ügyes-bajos ügyekben segítségükre lenni, kísértő partnereket, családtagjait a konferenciára időtartama alatt kalauzolni csak úgy lehet, ha felkészült, kedves, szorgalmas, nyelvelkezelő szakemberek segítik őket a rendezvény teljes időtartama alatt.

Fontos az előzetes tájékozódás és a helyismeret. Csak úgy lehet informálni, ha mi magunk a legmesszebbmennyig tájékozottak vagyunk minden felmerülhető kérdésben. Ne felejtjük el a rendezvényszervezés keretében tanultakat: a kongresszusok minden egyes résztvevőjét, annak ellátását, hogy többé-kevésbé együtt mozog, nagy létszámú csoportként jelennek meg (étkezéskor, plenáris üléseken, banketteken sít), kivétel nélkül igényes egyéni turisztaként kell kezelni.

A konkrét munkafeladatokon túlmenően a szervezés során előre nem látható problémák azonnali, feltétlenül megoldásra, kiküszöbölésre, a rendezvénynek a vendég szempontjából töltendő zökkenőmentes lebonyolítása is lehet mások mellett a hostess feladata is.

Először mindig az alkalmi munka színhelyét kell felideríteni, átlátni a terepet, ismerni az odaajutás és az ottani közlekedés útvonalait, kijáratokat, mosdókat és a különböző szolgálatok elhelyezkedését. Fontos tájékozódunk arról, hogy hol vannak a tűzcsapok, nyitva vannak-e a tűzbiztonsági szempontból kijelölt folyosók, kijáratok, és meg kell ismerkedni a vendéglátás vonatkozásában, főként azért, mert a felek szerepcélcvesztés miatt nem pontosan tudják, hogy mit kell, illetve mit nem szabad tenniük.

Itt szeretnék eloszlatni néhány tévhitet, ami rendszerescsen felmerül a hostess és a stílusait figyelembe véve a valószínűleg meg.

megismerése. Tudni kell ki, kik a megrendelők, illetve a megbízók, ki a főnök, kinek az – akat csak arcmozdulatokkal, gesztusokkal közvetített, a többiek számára láthatatlan – utat.

Először és legfontosabb illyenkor is a helyszín és a rendezvény okának, illetve céljának megismerése.

Először és legfontosabb illyenkor is a helyszín és a rendezvény okának, illetve céljának megismerése. Beszélő, informatív, mosolygós hostess jelenlététől otthonosabban érzik magukat a rendezvényen.

A fentiekben túlmenően sok olyan esetben lehet szükség hostess közreműködésére, ahol nagy létszámban várható hazánk nyelvét nem beszélő külföldi vendégek, szakemberek megjelensége (partik, fogadások sajtótájékoztatók, termékbemutatók stb.), akik a nyelveket beszélő, informatív, mosolygós hostess jelenlététől otthonosabban érzik magukat a rendezvényen.

A rendezvény céljáról, időtartamáról és a hostess munkájával kapcsolatos legfontosabb elvárásokról. A teljes rendezvény menetének (forgatókönyv) ismerete teszi lehetővé, hogy a hostess flottul informáljon, el tudja igazítani az érkező vendégeket és problémás esetekben hatékonyan tudjon beavatkozni.

Először mindig az alkalmi munka színhelyét kell felideríteni, átlátni a terepet, ismerni az odaajutás és az ottani közlekedés útvonalait, kijáratokat, mosdókat és a különböző szolgálatok elhelyezkedését.

A szervezők, rendezők bizonyos tartalom alapján az alkalmi segítek, hostesszek uzolására is felkérhet a rendező cég alkalmi hostesszeket.

A kulturális turizmus avagy passzív sportturizmus keretében (pl. Tavaszi Fesztivál, Források, nemzeti bajnokcsapatok stb.) hazánkba látogató vendégek informálására, kálamulára is felkérhet a rendező cég alkalmi hostesszeket.

Még hosszú oldalak lehetne leírni a lehetséges felmerülő problémákkal, amit a hostessnek mosolygóva és azonnal kell megoldania, úgy, hogy a résztvevők lehetőleg semmit ne érzékeljenek azokból, és a sikeresen lebonyolított rendezvényen való részvételének emlékével távozzanak.

3.4 Hostessmunka sport- és kulturális rendezvényeken

3.5 Egyéb hostessmunkák

Olyan étteremben, ahol megfelelő szakképzett személyzet dolgozik (teremtőnők, pincérek, kiszolgált pincérek stb.) az állófogadás során nem feladata a hostessnek a felszolgálás, a személyes edény leszedése vagy a hamtartók ürítése. A vendégfogadással, köszöntéssel, névjegygyűjtéssel, csevegéssel, tájékoztatással, a vendégek távozása előtt elközelítéssel, hogy ajándékcsomagok oszlatásával, a vendégek elbúcsúztatásával, esetleg kikísérésével kell foglalkoznia. Viszont igenis személyzetnek minősül abban a tekintetben, hogy nem ehhez nem lehet és nem dohányozhat a fogadás során, csak azt követően, ha a vendégek már elmentek.

Ettől eltérni akkor lehet, ha átruházott házigazdai minőségben, mint vendéglátó étkezik együt a vendégekkal. A megbízó meg fogja mondani, hogy mi az álláspontja a témával kapcsolatban. Ha nem említi, célszerűt rákérdezni, nehogy hibát vétünk. Amennyiben együtt étkezik a hostess a vendégekkal, viselkedjen mértékartóan egy állófogadás alkalmával. Nem szabad előretolalkodni és saját tányértunkát dűsan megrakni a legjobb falatokkal. Együnk és igyunk keveset és lehetőleg elegánsan.

Viselkedhet azonban vendégekként egy vendéget kísért tolmács-hostess, vagyis szcrenyen ehethat, de cigarettázni nem nagyon tanácsos.

Dolgozhatnak még hostesssek alkalmi idegenvezetőként, baby-sitterként, vagy közlekedési eszközök háziasszonyaként, ahogy arról már az első fejezetben említettünk. Feladatuk itt is, mint az összes többi esetben, a vendég tájékoztatása és otthonosságérzetének fokozása. Ha ez sikerül, akkor a hostess máris teljesítette mindazt, amit a szó jelentésistalma alapján a vendég és a megrendelő egyaránt várhat tőle. **Mosolygós vendéglátó háziasszonyként jelenlétével kellermesebbé tette a vendégek itt-tartózkodását.**

1. Ünnepek a hostessmunka során, munka ünnepnapokon

Szép és fontosak az ünnepek az emberek életében, azonban a szolgáltatáspárban – azért, mert külön rákészülést és szervezést igényelnek – kiemelten oda kell rájuk figyelni.

Ünnepek Magyarországon

– A Karácsony. Mindig problémás! Konfliktushelyzet: Mit vár a vendég? Azt, hogy otthonától távol, magányérzetet feloldva békés, szép ünnep legyen. Mit akar a szemlélő? Leginkább hazamenni és végre a családjával ünnepelni. A probléma nehezen fololdható. A menedzsment többnyire azzal próbálkozik, hogy független családi álláspontú kollégákat ossz be Karácsonykor és nekik nem kell dolgozniuk Szilveszterkor.

– A Szilveszter minden szálloda, vendéglátó és szórakozóhely legnagyobb szabású rendezvénye. A precíz előkészítés, majd utána az esztelen negatív tapasztalatok feldolgozása nagyon fontos! A túltöltés vagy a pangó, félig üres étterem egyaránt gátja a jó hangulatú ünnepnek.

– Augusztus 20. – Remek programlehetőség: kútiönghajó, zenés, vacsora tűzijáték a Dunán (aki lehet, érdemes megszervezni, pl. Margitszigetértől, a hajóbérlertől jó néhány hónappal előre kell gondoskodni!).
Egyéb ünnepek: október 23., március 15. stb. Informálni kell a vendégeket szobán és frásban egyaránt (szállodában, étteremben információs lábára németül – angolul) röviden az ünnep jelentésétől és tartalmától, valamint, hogy milyen változások várhatók a közlekedésben, nyitvatartásokban stb.

– Ünnepe után müzeumi nyitva tartás elérhető a megszokottól!

Ünnepek a küldő országban

Figyelni kell a nagy küldő országok napját, mert náluk ünnepnek számító vallási és egyéb ünnepkor lényegesen több szoba, éttermi és programigény merül fel, a megszokottal, és erre jó előzetesen felkészülni (buszok, jó idegenvezetők, éttermek előrendelése, leköltése), mert az utolsó pillanatban már többnyire minden tele van.

2. Hostessék közlekedéshez kapcsolódó ügyintézése

Vonatig

Vonatigyet nem konfirmálunk. Jegyet rendelni különböző erre a célra kijelölt utazási irodáknál lehet a pályaudvari kasszákon és a MÁV menüjegy irodáján kívül (pl. IBUSZ, Volán stb.). Cél szerinti kiegészítést a kapcsolatot egy irodával. A személyes jó kapcsolatot sok

hibát kiküszöböl. Fontos: a precíz rendelésfelvételi – hány fő, hova, melyik vonal, milyen osztály, dohányzó, nem dohányzó helyre stb. Vannak olyan esetek, amikor a jegy csak valódiában fizethető. Ilyenkor előre el kell kérni a jegy ellenértékét a vendégtől.

A jegy elhozatala után ellenőrizni kell, hogy mindenben megfelel-e a rendelésnek. Helyjegyrendelés, illetve hálókocsi-rendelés pár napra előre történik. Helyjegy nem váltható vissza. Ha megrendeltük, ki kell fizetni és nem cserélhető.

Itt is fontos a precíz rendelésfelvétel. Melyik vonal, milyen osztály, dohányzó-e. A vendéget informálni kell, pontosan melyik pályaudvartól indul a vonat (átszállás). Bel-földi jegyeket leggyorsabbra a pályaudvar jegypénztáránál beszerezni. Fontos az aktuális menetrendek beszerzése és kezelni tudása.

Hajójegyek

Beszerezése beföldire a járatok indulási állomásának jegypénztáránál lehetséges. Fontos, hogy naprakész információt adhassunk, az érvényes legújabb menetrendek beszerzése minden tavasszal elengedhetetlen (Mahart). Beföldi különjáratú hajók rendelese a Mahart Tours-nál történik. Külföldre a Mahart-on kívül más cégek is indítanak nemzetközi származású hajójáratokat. A lényeg: árban, időben és szolgáltatási színvonalban mi a legjobb a vendégnek.

Repülőjegyek

Konfirmálni csak a rengeregentűli járatokat kell (a többi is lehet, de fölösleges). Módosítás-nál, micélt intézkedni kezdünk, meg kell nézni változatható-e a jegy.

Az apex (nagyon kedvezményes tartályú, jó előre megváltott utasjegy) jegyek bal vagy jobb felső sarkában nyomtatva van, hogy nem módosítható, ilyenkor kár fáradni, erről azonban a vendéget nem mindig meggyőznél. A módosítást a Malév központi hely-foglalási telefonszámaán kell megpróbálni, avagy a jegy (járat) szerint illetékes légítársaság budapesti kirendeltségén, ahol többnyire az a válasz, hogy a vendég fáradjon be a jegyével valamelyik irodájukba. Új jegy rendelese vagy „open” (nyílt) jegy konkretizálása esetén jól működik a telefonos lekérs. A hivatkozási kódot pontosan föl kell írni, a vendégnek ezzel a kódszámmal másfél órával a gép indulása előtt a repéři utasszolgálatnál kell jelcent-keznie, itt történik a végző adminisztráció.

Vigázat! Melyik gép, melyik repéři? Pontosán kell informálni és indítani a vendéget. Az olyan szállodákban, amelyek saját Malév-pulttal rendelkeznek, a repülőjegyekkel kapcsolatos ügyintézés ott történik. A Maléves kollégák távollétében azonban a hostessnek, portásoknak ilyen szállodákban is el kell tudni intézni a legszükségesebbeket.

Repéři transzfer történhet a hotel kocsjával, taxival vagy az Airport shuttle minibuszokkal.

Rent a car

Számos lehetőség van autókölcsönzésre (Avis, Hertz, Budget stb.). Az értékesítés módja az idővel történő megállapodás kérdése. Lényeges, hogy rendelvezzünk naprakészen aktuális információkat, árlistákkal a vendég tájékoztatására. Szinte mindegyik cég – biztonsági okokból – csak hitelkártyával rendelkező vendégnek kölcsönöz kocsit.

3. Ajándék, bortavalo, adozas

Munkánkért fizetésünket a megbíró adja. A vendégtől, megbízótól ajándékot, bortavaltól kirovokálni, kérni, célzást tenni rá, szigorúan tilos! Ha jól dolgozunk, kedvesek voltunk és a vendég vagy az üzleti partner ezt pénzzel, apróbb ajándékkal honorálja, szerényen és kedvesen (de nem feltűnő ovációval) elfogadjuk, örömet mutatunk és udvariasan megköszönjük.

Ne jöjjenek zavarba, ha bortavaltól kapnak. Ez azt jelenti, hogy jól dolgoztak. Tekintsek úgy, mintha egy csokor virágot, avagy egy doboz bonbon adna a vendég, csak éppen nem volt ideje elismenni érte és megvenni. A visszautasító magatartás sérti az ajándékozó szándékot. Nem szabad a vendéget, üzleti partnert huzodozásunkkal zavarba, kínos helyzetbe hozni.

Nem egy gyakorlatlanabb vendég rettentően zavarban van, amikor bortavaltól szeretne adni, izzadt markában hosszasan gyűrtögeti a pénzt, láthatóan nem tudja, hogy miként csinálja. Ezeket a vendégeket kedvesen, nyugodt magabiztossággal kell átleadni az ilyen helyzetben. Természetesen kell viselkedni, elfogadni, elismeni a pénzt. Megköszönni! Mosolyogni!

Célzertű, ha van zsebünk. Oda rögtön el lehet tenni a pénzt. Nem szabad elfelejteni, hogy a pluszjövedelem adóköteles, negyedévenként adótelőleget kell fizetni a nem rendszeres, egyéb jövedelmek után és az adóév végén pedig összevontan adózni kell ezen bevételek után is.

4. A hostess erkölcsi és anyagi felelőssége

Sok mindentől volt már szó, hogy mit tanácsos avagy célszerű, és mit nem szabad tennie egy hostessnek. Foglalkozunk össze most röviden az anyagi és erkölcsi felelősség kérdését. Az erkölcsi felelősség kérdése a munka elvállalásánál és az arra való felkészülésnél kezdődik.

Csak olyan munkát szabad elvállalni (ígértenek érte bármennyi pénzt is), amiben biztos vagyok, hogy megfelelő felkészülés esetén el is tudom végezni. Nem szabad elvállalni például középfokú nyelvtudással, mártól holnapra egy ornitológiai témájú szaktoimácso-lást. Fontos az önkritika, mire vagyok képes és mire nem. Ha felülök, nemcsak nekem kell emellen, de a megbízónak, közvetítőnek, a vendégnek egyaránt.

A munkavégzés során ügyelni kell arra, hogy megfelelő testi és lelki kondíciót biztosítsunk, maximális teljesítményt nyújtsunk.

Az úgynevezett háttér-identitás követelményéről már volt szó a bevezetésben. A vendég, a megbízó, esetenként a közvetítő ügynökség és felületlenül az országom, hazám értékei és anyagi érdekei kell egyszerre képviselnem. Ez sokszor egyáltalán nem egyszerű. Mindannyian tudjuk, hogy még sok hiba, hiányosság tapasztalható általában a politikai és gazdasági rendszerünkben. A huzamosabb ideig nálunk lévő külföldi vendég maga is rájön, ráérez ezekre a problémákra. Véleményét meghallgatjuk, de sem tördíteni azt, sem lovat adni alá nem szabad, mint ahogy saját országunkat sem szabad szidni avagy lesajnálani a vendég előtt.

Ugyanakkor nem szabad semmilyen formában becsapni, megkárosítani a vendéget, avagy más módon, tisztességtelennül használni a jelenlétéből.

A munkaadóval, cégünkkel vagy a hostessügynökséggel szemben is korrektül kell viselkednem. Buta dolog a vendéget az ügynökség megkerülésére bízni egy cselekedet következésként munkavégzés bekezdésére várva. Lehet, hogy ezt a munkát megnyerjük, és esélyünk van velük többet keresnünk így közvetlenül vállalkozva, de oda a jó hírnevünk, és az ügynökség által közvetített többi feladat. Ez egy olyan szakma, ahol az etikátlan, tisztességtelen magatartásnak hamar híre megy és számolni kell a következményeivel.

Az anyagi felelősség kérdése is nagyon fontos. Elképezheted, hogy pénz kezeletlen a hostess. Ajándékot vásárol megbizója felkérésére, bérleti díjat fizet, parkolást, garaszt, szálloda-, éttermi vagy egyéb számlát rendez megbizója részére. A pénzt ne nagyon kell vigyázni, nehogy elvesztésük, vagy ellopásuk. A pénzért cserébe kapott számlákat (nem nyugtát!) megőrizzük, és minél előbb elszámolunk a megbízóval. Ez az a terület, ahol nem szabad nagyvonalúnak lenni, csakis apróképpen precíznek.

Most pedig lássuk azt, hogy hogyan juthatunk hostessmunkához és mennyit lehet keresni vele.

5. Hostessközvetítő cégek, árak és szolgáltatások

Ez a fejezet nem a reklám helye. Az igazság az, hogy csak néhány olyan céget ismerlek közlekedő, melynek üzletpolitikájával egyetértek, és ahol a cég vezetésében szakmai referenciák és személyes kapcsolatok révén annyira megbízom, hogy ajánlani merem őket kezdő hostessok részére.

A Tessa Hostess Ügynökség fő profilja a hostessközvetítés. Munkába állítás előtt felvételi vizsgán és egy néhány napos szakmai tréningen kell átesniük, még a legjobb iskolákban tanult új hostessoknak is.

A Euroguide Kft. fő profilja az idegenvezető-közvetítés, de magasán kvalifikált, kiváló nyelvtudású hostessok is közvetítenek, hiszen, mint már szó volt róla, a két szakma közötti megfelelés átláthatóság van.

Ami az árakat illeti, tulajdonképpen alku tárgya lehet. Függ nyelvtudástól, egyéb feladatoktól, megadott szakismerettől, attól, hogy szakmai társaság is kell-e vállalkoznia a

jelöltek, a sürgősségi, a munkakörülményekről stb. Minél kézzelvezetőbb, rutinosabb egy hostess, annál jobb az alkupozíciója.

A KAPÉ 1994. május 19-i számában jelent meg egy cikk, amit hostess körképnek nevezhetnénk. Ott olvastam 8 hostessközvetítő cég adatait. Ami azt illeti, elég nagy a szórás. Azt lehelme mondani irányárként, hogy egész napra (8 óra) egy magyar nyelvű hostessért min. 5 000 Ft-ot illetve attól fölfele, felsőfokú nyelvtudással vagy több nyelvet jól beszélő hostessért min. 7 000 Ft-ot illetve attól fölfele fizetnek (AFA nélkül) a megrendelők az ügyünköségeknék.

Azt nem tudom pontosan, hogy a fenti összegnek hány százaléka illeti az ügynökséget, de az mindenesetre köztudott, hogy a rendszeresen foglalkoztatott, befitott hostesssek nem keresnek rosszul. A szakma előnyéhez tartozik még a változatosság, a kötelesség. Utóbbi független emberek esetében nagyon vonzó lehet. Családostként, kisgyermekes anyukaként is lehet hostesskedni, de sokkal több szervezést igényel a dolga.

Úgy vélem, a hostesskedés nagyon szép munka, sok hasznos ismeret és tapasztalatot össze lehet gyűjteni általa, de nem tekinthető öncélűnek, végső hivatásnak.

6. Gyakorlati feladatok a majdani munkavégzéshez

Miután áttekintettük a lehetséges állandó és alkalmi hostessmunkákat az idegenforgalomban, nézzük meg azt, hogy milyen témákban, milyen jellegű információkat kell összegyűjtenünk és változások esetén naprakészre karbantartanunk ahhoz, hogy a legfontosabb dologban, a vendég kérdésére válaszként adandó információhalmazban otthonosan mozogjunk.

Kérem, hogy a kedves leendő host avagy hostess induljon útnak és gyűjtse össze magának a biztonságos jövőbeli munkavégzés érdekében alábbiakban felsorolt fontos kérdéskörökkel kapcsolatos naprakész információkat.

Joggal kérdezi az Olvasó, hogy miért feladatokat adok, miért nem kitalálom mindjárt találat a megoldást is. Nos azért, mert maga az információ sokszor csak álmennél, hosszabb-rövidebb ideig érvényes. Ami az igazán fontos az adatgyűjtésben az az, hogy kitől, miként (cím, telefonszám) tudok a leggyorsabban használatos információkat beszerezni ahhoz, hogy a vendéget biztonságossággal tájékoztathassam az őt érdekítő kérdésekről. Tehát a feladat a konkrét információgyűjtésen túl, az információ felderítésének forrására irányul.

Gyűjtésnek össze minél több prospektust, műsor- és programfüzetet, menürendet. Ne feledjék azonban, hogy ezeket állandóan ellenőrizni, szortírozni és ha lejártak, cserélni kell!

Amikor az összegyűjtött információhalmazból ajánlaniuk kell a választandó programot a vendég részére, akkor – kezdetben legalábbis legyennek nagyon óvatosak. Emberismeret, empátia, jó intuíció, idővel a gyakorlat és a tapasztalat segít majd abban, hogy egy adott vendégnek a megfelelő programot ajánljuk. Lássuk tehát a felkészülést!

1. Írják össze az összes olyan közérdekű címet és telefonszámot a KISOKOS-ba, melyekre szükségük lehet (Tourinform, Utinform, Fővinform, miniszteriumok, karnai-rak, nagykövetségek stb.)
2. Informálódjanak a pénzváltással kapcsolatos tudnivalókról. Hol, mikor, mit, mennyit-ért válthat a külföldi vendég. Pénzváltó helyek nyitva tartása, pénzváltó automatai.
3. Hol váltatnak utazási csekket, hol kap a vendég hitelkártyára Ft-ot stb.?
4. Vámbhivatal ügyfélszolgálatának a telefonszáma. Vámszabályok ki, és beutazás esetei-tere a nem kereskedelmi forgalomban. Milyen értékekben lehet ajándékokat vámmen-tesen ki, és bevinni az országba, illetve országból? Mely árukai nem szabad behozni és kivinni? Mennyi Ft-ot hozhat be és vihet ki külföldi állampolgár külön engedély nélkül. Mennyi külföldi fizetőeszközt tarthat magánál, illetve vihet ki az országból külön engedély nélkül a magyar állampolgár? Hogyan történik a vámárú-elfoggyezés?
4. Rent a car. Gyűjtsé össze legalább 5 megbízható autókölcsönző cég prospectusát, árlistáját, telefonszámát. Milyen feltételekhez kötik a cégek a gépkocsikölcsönzést?
5. Műtárgyak külföldre vitelének feltételei. Képet, ékszer, hangszert, porcelánt, régisé-get kinek az engedélyével, milyen feltételekkel lehet kivinni az országból. A lebo-nyolítás folyamatainak szakaszai (MNB, Nemzeti Galéria). Figyeljünk az engedé-lyező intézmények nyitva tartására!
6. Guide, hostess és tolmácsszolgálat. Fordítóirodák. Gyűjtsé össze legalább 3 cég nevét, telefonszámát, akik a fenti tevékenységgel foglalkoznak. Kérjen ajánlatot fél napos, egész napos beföldi foglalkoztatás, illetve külföldi alkalmazás eseteire.
7. Nevezzen meg legalább 5 megbízható, leinformálható taxi-társaságot, aktíve tranz-ferhez, városi vagy vidéki programhoz egyedül is rá merne bízni a vendéggel. Végz-zen összehasonlító árelemzést, hogy mennyit ér a különböző társaságok gépkocsivezetői a vendéget és az idegenvezetőt egy 3 órás budapesti városnézésre avagy a reptérre pl. a belvároshoz. Tudnak-e a cégek idegen nyelven beszélő gép-kocsivezetőt biztosítani?
8. Airport Shuttle. Megrendelés, ára, utazási feltételek.
9. Hol találhatók Budapestien a beföldi és nemzetközi utastoragalom lehetséges érkezési, illetve indulási helyei? Repülőterek, vasúti és autóbusz-pályaudvarok, hajóállomá-sok. Megközelíthetőségük – tömegközlekedési eszközökkel, taxival, shuttle service-zel. Árak, tartók. Repülő-, hajó- és vonameneirendek. Beszerezhetőségük. Kezelésük. Téli és nyári menetrendek.
10. Tömegközlekedési eszközök használata a fővárosban. Metrovonalak, közlekedési térképek, jegyek. Egyszer használatos, 10 darabos „gyűjtő”, napi jegyek, havi bérlet. Orvos, menő, elsősegély, kórházak. Betegbiztosítás, fizetési módokzatok külföldiek részére. Fogorvos, nőgyógyász.
12. Sportrendezvények és sportolási lehetőségek. Jegybeszerzési lehetőségek a Sport-csarnok, a Népsziadion, a FORMA 1 rendezvényeire. Aktív sportolási lehetőségek és árak (tenisz telen és nyáron, lovaglás, golf, bicikli, galopp és ügélő, agyaggyalamb-lövészet, úszás stb.).

13. Sport, fitness és rekreáció. Testépítés, masszáz, kozmetika, fodrász, manikűrlehető-
ségek.
14. Leendő vendégeink érdeklődésére számot tartó kiállítások és szakvásárok itthon és
külföldön. Hungexpo.
15. Hajózási lehetőségek a Dunán bel- és külföldön. BKV, Mahart, szárnyasahajó, menet-
rend szerinti és különjáratok, hajóbérlés. Különjáratok idegenforgalmi attrakciókkal,
szolgáltatások a fedélzeten.
16. Benzinárak Ft-ban és néhány vezető valutában. Olommentes benzin. Hol lehet kocsit
lemosatni? Autójavító és gumijavító műhelyek. Magyar Autóklub.
17. Postai díjszabások beföldön és külföldre, lapra, levélre. Irányítói számok. Nemzetközi
távhlvás – postáról, szállodából, árkülönbségek. Telefonkártya, R-beszélgetés, elő-
hívószámok.
18. Tempломok, vallások, misék, istentiszteletek. Kinek? Mikor? Hol? Feladat: bármely
felekezethez tartozó vendég részére tudjanak pontos felvilágosítást adni a fenti
témakörben is!
19. Múzeumok, skanzenek. Állandó és időszakos kiállítások, nyitvatartások. Meg lehet-e
tekinteni a budapesti Operaházat?
20. Külföldi (nyelvünket nem érő) vendégek részére milyen kulturális programokat
ajánlana? Opera, koncert, operett, jazz, balett, idegen nyelvi színházi előadások.
Eves repertoár, előrejelzések. Mit? Hol? Mikor? Mennyiért? A jegyhez jutás mó-
dozatai és feltételei.
21. Vendégátadás. Magyaros és nem magyaros gasztronómia. Specialitások. Receptek,
idegen nyelvi szakácskönyvek. Cigányzenés, szalonzenés, táncos, zongorás, zene nél-
küli lokálok. Nemzetiségi specialitások, más nemzetei konyhája.
22. Barok, éjszakai mulatok, kaszinók, diszkók, szex- és sztriptízióképek. Kinek, mi
szere. Árak. Kinek, mit ajánl? Hogyan foglal asztalt?
23. Barok, éjszakai mulatok, kaszinók, diszkók, szex- és sztriptízióképek. Kinek, mi
ajánl nemtől, kortól, kulturális szívnonalától, érdeklődési köről függően? Ismerkedési
lehetőségek, masszázsszalatonok, homoszexuális klubok. Nem szabad szégyenlősen
lenni, minden típusú kérdésre fel kell készülni, mert a legkínosabb az, ha nem tudunk
felelni a vendég kérdésére. **Figyelem!** Mási ajánlunk fiatal és idős házaspároknak,
mint egy független fiatallemberekből, avagy néhány fiatal hölgyből álló csoportnak.
Török emlékek Budapest. Gyógyfürdők és nyitvatartások. Kell-e fürdöruha a török
fürdőbe? Nyitva vannak-e vasárnap? Meheknek-e egyült házaspárok?
24. Római kori emlékek Budapest (Contra Aquincum, katonai és polgárvárosi amphitheatrum, óbudai emlékek) és vidéken.
25. Zsidó emlékhelyek a fővárosban (Wallenberg-emlékmű, az Emmannuel-alapítvány emlékműve, a Dohány utcai Zsinagóga, Zsidó Múzeum, Hősök temploma, Ortodoxia, temetők, Középkori zsidó imaház) és vidéken.
26. Hangulatos cukrászdák, kávéházak és specialitásaik.

szentelni, mindent meg kell tenni azért, hogy jól érezze magát, visszatérő vendégé váljék. Ezt azonban még a legvarázslatosabb személyi adottságokkal rendelkező szolgáltatók is

Minden vendégnek, ügyfélnek **személyre szabott, megkülönböztetett figyelmet kell**

csolátáról szől.

danám, hogy a **hostessmunka mint szolgáltatási tevékenység és a vendégszerepet kap-**

mi lenne – szándékom szerint – a legfontosabb üzenete az Önök számára, akkor azt mon-

Ha nagyon röviden kellene összefoglalnom, hogy miről is kívánt szólni ez a jegyzet,

Végül néhány befejező gondolat.

7. Záró gondolatok

problémát megoldani.

othonos magabiztossággal fogják az összes felmerülő kérdést megválaszolni és minden

témakörök anyagából! Így bizonyos, hogy mire valódi vendégtérben dolgoznak majd,

változó szerepkörben hol vendégként, hol informátorként kérdeznék és felelnek a fenti

elkezdhetik feldolgozni. Ezt követően végezzenek a tanórán szituációs gyakorlatokat, ahol

gozását látják szükségessé! A fenti 30 témacsoportot már tanulmányaik megkezdésekor

Beszélje meg társaival, hogy ők milyen további információs témacsoportok feldol-

ötletet és oldja is meg.

a pontos tájékoztatáshoz? Fogalmazza meg az eszdec jutott

milyen fontos információval kell még rendelkeznie egy jó hostnak vagy hostessnek

31. Végül, ami az eddigiekből kimaradt. Gondolkodjon el azon, hogy a fentiekben kívüli

meztetni erre vendégeit is!

Tudakozódjon a tavaszi és őszi órátaállítás pontos dátumáról, és ne feledje el figyel-

malódjon az ezzel kapcsolatos nyitvatartás-változásokról, forgalmi korlátozásokról.

és ünnepnapokat Magyarországon és a legfőbb turisztikailód országokban. Infor-

30. Készítsen vagy szerezzen be nemzetközi ünnepnaplart! Gyűjtse ki a munkaszüneti

ajánlani!

illetően. Gondolkodjon el azon, hogy melyik típusú vendégnek, melyik programot

dulásokra vonatkozóan. Végezzen összehasonlítást az ajánlatok tartalmát és az árakat

tartalmazó prospektusát, budapesti és vidéki városmézésre, programokra és kirán-

29. Programszervező és utazási irodák. Gyűjtse be legalább két iroda programkínálatát

WC stb.) egyaránt. Tájékozódjon a fizetési feltételekről is.

aras programok vonatkozásában, egyszerűbb és luxusiényekre (légkondi, tv, video,

(8 fős) kategóriában, óradíj és ár/km, kiállítás, minimumdíj, lemondási feltételek, fix-

28. Autóbusz-különjárat. Kérjen árajánlatot legalább 3 cégtől, nagy, közepes és kisbusz

kretek, libegő, gyermekvasút. Üzemeleti idő, szünnapok. Kilátók és barlangok.

színház, gyermekkedádasok. Kirándulási lehetőségek a főváros környékén. Fogas-

27. Gyermekprogramok. Allatkert, Vidámpark, Nagycirkusz – nyitvatartások. A báb-

csak akkor tudják elérni, ha jó idegen nyelvi ismeretek, kiegyensúlyozottan jó színvonalú, kötelezőtudóan precíz teljesítményük, szakmai professzionális hitelessé és ezáltal vonzóvá teszi munkavégzésüket a megbízó vagy a vendég szemében.

Minden lánc olyan erős, amennyit a leggyengébb láncszeme elbír. Az idegenforgalom végteleen, egymásba kapcsolódó szolgáltatási láncolatán – a tárgyi feltételek elégtelensége, vagy a személyi feltételek esendősége miatt – óhatatlanul felmerülhetnek problémák.

A jó hostess, a jó idegenvezető láthatatlan lelki csapjával jó előre megpróbálja érzékelni, kitálatni ezeket a problémákat, megsejteni az esetlegesen előfordulható hibákat, és mindent megtesz azért, hogy úgy hárítsa el őket – akár előre, akár menet közben – hogy a vendég semmit sem érzékeljen belőlük, vagyis valóban erősnek érezze azt a bizonyos szolgáltatási láncot.

Azi csak az igazán sikeres, régi szolgáltatók (akik lehetnek hostesssek avagy idegenvezetők is) tudják, hogy mindez mennyi fáradságba és idegfeszültségbe kerül. De higgyék el, megéri!

ÖNÉLETRAJZ

Személyi adatok:

Név: Szabó Jolán (szül.: Nagy Jolán)
 Születési hely, idő: Kecskemét, 1954. 05. 02.
 Családi állapot: férjezet
 Lakcím: 1182 Budapest, Garas u. 3.
 Telefon/Fax: 1111 111

Iskolák, végzettség, (szak)képesítés:

1967 – 1971 Fazekas Mihály Gimnázium, érettségi
 1973 – 1976 Külkereskedelmi Főiskola, külker. idegen nyelvi levelező
 1986 – 1988 Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskola, idegenforgalmi szaküzemgazdász
 1990 – 1992 Közgazdaságtudományi Egyetem, közgazdász

Nyelvismeret:

anyanyelv: magyar
 felsőfokú nyelvismeret (útsalás, írás): angol, német, francia, orosz
 alapprofú nyelvismeret (szakirodalom olvasás): olasz

Munkahelyek (referenciák):

1976 – 1992 Hotel Intercontinental PR Manager
 1992 – Hotel Kempinski PR Manager

Szakmai gyakorlat, szakmai eredmények:

Nemzetközi tapasztalatok, kapcsolatok:
 1980 3 hónapos szakmai továbbképzés a párizsi Hotel Intercontinentalban
 1985 2 hónapos tanulmányút a New York-i Hotel Intercontinentalban
 Folyamatos 2–3 hetes szakmai kiküldetésekre, nemzetközi szakkonferenciákra és kiállításokra a cég képviselőjeként

Egyéb képesítések:

C kategóriás gépjárművezetői jogosítvány, felhasználói szintű számítógép-
 (szövegszerkesztő) kezelés

Kiemelt érdeklődési terület, hobbi:

Utazás, sport, nyelvtanulás, továbbképzés

I. fejezet

- HOLLOWAY: The Business of Tourism
 LENGVEL MÁRTON: A turizmus általános elmélete (Budapest, 1992)
 KOTLER: Marketing management (Műszaki Könyvkiadó, 1991)
 MUNDURCZÓ GYÖRGYNE DR.: Idegenforgalmi ismeretek (KVIF, Főiskolai jegyzet, 1990)

II. fejezet

- ARONSON: A társaslény (Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1992)
 BUDA BÉLA: Kapcsolat és kommunikáció a pszichoterápiában (Válogatott tanulmányok) Budapest, 1993
 BUDA BÉLA: Empátia (A beletelés lélektana) Budapest, 1993
 BURTON: Interpersonal Skills for Travel and Tourism (Pitman Publishing, 1994)
 DUNCKEL: Üzleti illemkódex (Menedzszereset kiskönyvtára, 1991)
 E. HALL: Rejtett dimenziók (Gondolat, 1975)
 HARGIE: Social Skills in Interpersonal Communication, 1993
 Kommunikációelméleti szövegyűjtemény (ELTE, Tankönyvkiadó, Bp., 1980)
 Kommunikáció 1. – A kommunikatív jelenség, Kommunikáció 2. – A kommunikáció világa (Válogatott tanulmányok) (Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1977)
 Kommunikáció (Szövegyűjtemény) – Alternatív Közgazdasági Gimnázium, 1991
 Kultúra, Viselkedés, Kommunikáció (Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1992)
 LINKEMER: A jó fellépés titka (Menedzszereset kiskönyvtára, 1991)
 A. PEASE: Tesztbeszéd (Park Kiadó, 1993)

III. fejezet

- Hostessek kézikönyve (Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1993)

IV. fejezet

- DR. SILLÉ ISTVÁN: Etikett, protokoll (Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1991)
 OTTLIK KÁROLY: Protokoll, viselkedéskultúra a mindennapok gyakorlatában (Protokoll 96 Könyvkiadó, 1993)

SZÁLLODAI ISMERETEK

Júlia Jávor

A könyvből megismerhetjük a szállodaipar kialakulását, ezen belül a magyar szállodaipar történetét is. Hasznos információhoz juthat az olvasó a hazai szállodaipar jelenlegi helyzetéről, illetve az Európai Unió turizmussal kapcsolatos intézkedéseiről, terveiről.

A szerző széleskörűen ismerteti a szállodák csoportosításának szempontjait – minden esetben hivatkozva magyarországi példákra –, valamint a szállodalánccok minőségét előírásait. A szálloda alaptevékenységeiről részletesen szól, többek között az elszállásolás feladatairól, az ellátás körülményeiről és a kapcsolódó szolgáltatások különböző lehetőségeiről. A szálloda üzemeltetésének tárgyi feltételein túl a könyvből képet kaphatunk a szállodatervezés, -építés szempontjairól, berendezéseiről, technikai eszközeiről.

A szerző nem feledkezik meg a szállodai tevékenység személyi feltételeiről sem, részletesen írja le a szállodai személyzettel szemben támasztott szakmai követelményeket, illetve az egyes beosztások munkaköri leírásait. Emelést tesz a szállodai értékesítési tevékenységről, valamint a szállodák és az utazási irodák együttműködési rendszereiről is. A könyv az elméleti tudnivalókon túl gyakorlati ismereteket is ad, többek között ismerteti a szállodákkal kapcsolatos üzemgazdasági mutatók számítását. A könyv nagy előnye, hogy elsősorban a hazai helyzetet elemzi, az üzemeltetéssel kapcsolatos ismereteket a magyar gyakorlattal és törvényekkel támasztja alá. Vendégközpontu szemléletéből adódóan hasznos információkat ad a már dolgozó, illetve a jövőbeli szállodai szakemberek részére.

A kiadványt a Kereskedelemi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft. megbízásából a KIT Képzőművészeti Kiadó és Nyomda Kft. jelentette meg.

IDEGENFORGALMI RENDEZVÉNYEK ÉS KONGRESSZUSOK SZERVEZÉSE

Dr. Faragó Hilda

A rendezvényszervezés a turisztikai szakma legösszetettebb tevékenysége, kreatív egyéniséget, jó szervezőképességet, nyelvtudást, kapcsolatteremtő képességet, kitartást és természetesen nagy rutint igényel. A szóban forgó könyv bevezeti az olvasót a konferenciák összetett, sokoldalú világába, betekintést ad a kulisszák mögé. A kiadványból megtudhatjuk, hogy mi is tulajdonképpen a rendezvényszervezés, milyen gyakorlatiással, hol fordulnak elő rendezvények a világban. A szerző a különböző információkat megbízható statisztikai adatokkal támasztja alá, illetve táblázatok segítségével illusztrálja azokat. Többek között képet kapunk a személyi, tárgyi, technikai feltételekről, a rendezvényszervezés lebonyolításáról és a rendezvény utáni teendőkről.

A könyv a tudnivalók ismertetését az alapoktól kezdi. Külön fejezet szól a rendezvények személyi hátteréről, többek között arról, hogy mit kell tudnia egy szervezőnek feladatai elvégzéséhez, mi a szakmai szervezőbizottság, miért elengedhetetlenek a tolmácsok, hostesssek. A könyv olyan rendszerezéssel szedi össze a tudnivalókat, amelyre ilyen jellegű kiadványokban, illetve a szakajtóban még nem volt példa. A nagy szakmai ismerettel megírt könyvet iskolai és iskolarendszeren kívüli képzésben ajánljuk, de érdekes lehet bárkinek, akit ez a terület bővebben érdekel.

A tankönyv mindenkor ára a szakmai tankönyv katalógusban található.

KT KÉPZŐMŰVESZETI KIADÓ ÉS NYOMDA