

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
Гуманітарний факультет

Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

**Пояснювальна записка**

до кваліфікаційної дипломної роботи  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему ІНТЕР'ЄР ЯК ЧИННИК СТВОРЕННЯ АТМОСФЕРИ  
ГОСТИННОСТІ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Виконав: студент 4 курсу, групи ГФз-111  
Спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа  
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма Готельно-ресторанна справа  
ТОВСТОНОС В.С.

(прізвище та ініціали)

Керівник ЖУРАВЛЬОВА С.М.

(прізвище та ініціали)

Рецензент ЗАХАРОВА С.Г.

(прізвище та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
Факультет гуманітарний  
Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу  
Ступінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень  
Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр  
Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа  
(шифр і назва)  
Освітня програма (спеціалізація) Готельно-ресторанна справа  
(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри ТГРБ  
В.М. Зайцева  
«27» лютого 2025 року

**ЗАВДАННЯ**  
**НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**  
**ТОВСТОНОС Вікторії Сергіївні**  
(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи Інтер'єр як чинник створення атмосфери гостинності в готельному господарстві  
керівник роботи (проекту) ЖУРАВЛЬОВА С.М.,  
затвердженні наказом вищого навчального закладу від «26» лютого 2025 року № 69
2. Строк подання студентом роботи (проекту) 01.06.2025 р.
3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні результати наукових праць вітчизняних та зарубіжних дослідників, вітчизняні нормативно-правові та нормативні документи, статистичні дані, матеріали неурядових вітчизняних та зарубіжних організацій, дані спеціалізованих періодичних видань з питань інтер'єр як чинник створення атмосфери гостинності в готельному господарстві.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Розділ 1. Основні аспекти інтер'єру у готельному господарстві.  
Розділ 2. Аналіз впливу елементів інтер'єра на атмосферу гостинності в готельному господарстві.  
Розділ 3. Шляхи впровадження нових дизайнерських рішень у інтер'єр готелю «Rendezvous» м. Житомир.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)  
6 таблиць, 17 рисунків.

6. Консультанти розділів дипломної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ЖУРАВЛЬОВА С.М., к.е.н., доц.	21.03.2025	09.04.2025
2	ЖУРАВЛЬОВА С.М., к.е.н., доц.	10.04.2025	25.04.2025
3	ЖУРАВЛЬОВА С.М., к.е.н., доц.	26.04.2025	10.05.2025
<b>Нормо-контроль</b>	МАМОТЕНКО Д.Ю., к.е.н., доц.	28-30.05.2025	

7. Дата видачі завдання 17.02.2025 р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	11-20.11.2024	виконано
2	Вивчення літературних джерел	21.11.2024-10.02.2025	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну дипломну роботу	21.12.2024-31.01.2025	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.02-20.03.2025	виконано
5	Виконання першого розділу	21.03.2025-09.04.2025	виконано
6	Виконання другого розділу	10.04-25.04.2025	виконано
7	Виконання третього розділу	26.04-10.05.2025	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	11-20.05.2025	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної дипломної роботи	21.05-25.05.2025	виконано
10	Перевірка роботи керівником	21.03-30.05.2025	виконано
11	Одержання відгуку та рецензії	01-13.05.2025	виконано
12	Попередній захист кваліфікаційної дипломної роботи	16-31.05.2025	виконано
13	Подання роботи на кафедру	01.06.2025	виконано
14	Захист кваліфікаційної дипломної роботи	05-30.06.2025	виконано

Студент

\_\_\_\_\_

(підпис)

ТОВСТОНОС В.С.

\_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

\_\_\_\_\_

(підпис)

ЖУРАВЛЬОВА С.М.

\_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

## РЕФЕРАТ

**Актуальність теми.** Загальний комфорт внутрішнього простору готелів є інтегральним поняттям. Воно включає екологічний, функціональний і естетичний комфорт середовища будь-якого приміщення готелю. Введення в дизайн інтер'єру готельних підприємств особливої тематики, завдяки кольору на сьогоднішній день відіграє важливу ланку в сфері розвитку, постає проблема в нестандартних вирішеннях дизайну інтер'єрів завдяки колористичному впливу на людину, що несе в собі принципи моральної та психологічної розслабленості, отримання нових відчуттів естетичного задоволення.

Актуальність теми полягає в тому що, в майбутньому зможуть зайняти вигідну позицію на ринку лише ті об'єкти, які виділятимуться рівнем інноваційних рішень, також як і спеціалізовані готелі, які включають дизайнерські рішення у свою концепцію. При створенні внутрішніх архітектурних рішень, атмосфера прекрасного самопочуття клієнта знаходитиметься в центрі уваги. Для цього гість і їде у відпустку. Підприємства робитимуть все більший вплив на дизайн інтер'єрів. Для створення атмосфери прекрасного самопочуття використовуватимуть природні матеріали, такі як вода, дерево, камінь, глина комбінуватимуться з штучними – бетоном, склом і так далі.

**Метою кваліфікаційної дипломної роботи** є аналіз інтер'єру як чиннику створення атмосфери гостинності в готельному господарстві. Виходячи з поставленої мети, виконано такі **завдання**: розглянуто основні аспекти інтер'єру у готельному господарстві; проаналізовано вплив елементів інтер'єра на атмосферу гостинності в готельному господарстві; розроблено шляхи впровадження нових дизайнерських рішень у інтер'єр готелю «Randevu» м. Житомир.

**Об'єктом дослідження** є готельне господарство.

**Предмет дослідження** – використання елементів інтер'єру у готелі

«Randevu» м. Житомир, як чинник атмосфери гостинності.

**Методи дослідження:** метод опитування – анкетування гостей готелю з метою оцінки їхнього сприйняття різних аспектів інтер'єру (дизайн, кольори, освітлення, меблі, декор); статистичний аналіз – характеристика інтер'єру, для показників задоволеності клієнтів; спостереження – спостереження за поведінкою гостей у різних зонах готелю (лобі, коридори, номери, ресторани) для фіксації їхніх реакцій на інтер'єрні рішення, системний аналіз – це метод системного підходу, що дозволяє визначити доцільність вдосконалення готельного підприємства, виявити недоліки та визначити шляхи розвитку. Графічні методи – візуалізація отриманих даних за допомогою таблиць, діаграм, графіків для наочного представлення результатів дослідження.

**Інформаційну базу дослідження** становлять праці вітчизняних і зарубіжних вчених і практиків, які присвячені аналізу інновацій у дизайні для забезпечення конкурентоспроможності готельного підприємства, монографії, наукові публікації, Інтернет-ресурси, власні обстеження.

**Практичне значення** Результати кваліфікаційної дипломної роботи бакалавра: рекомендації які надані були готелю «Randevu» м. Житомир з використання елементів інтер'єру та нових дизайнерських рішень можуть бути використані підприємствами готельного господарства та адміністраціями для поліпшення зовнішніх видів готелів в Україні.

**Апробація результатів дослідження.** Головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у виступі на науково-практичній конференції «Тиждень науки-2025» в квітні 2025 р. в Національному університеті «Запорізька політехніка» на тему «Інтер'єр як чинник створення атмосфери гостинності в готельному господарстві».

**Структура роботи.** Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (36 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 85 сторінок, основний зміст роботи викладено на 82 сторінках. Робота містить 6 таблиць та 17 рисунків.

## АНОТАЦІЯ

### **Товстонос В.С. Інтер'єр як чинник створення атмосфери гостинності в готельному господарстві**

У роботі розглянуті основні аспекти інтер'єру у готельному господарстві. Комфорт середовища в готелях через дизайн інтер'єру. Визначено психологічний аспект нестандартних дизайнерських рішень в оформленні готелів. Проведено аналіз впливу елементів інтер'єра на атмосферу гостинності в готельному господарстві. Проведено дослідження інтер'єру готелю «Randevu». Розроблені шляхи впровадження нових дизайнерських рішень у інтер'єр готелю «Randevu» м. Житомир.

*Ключові слова:* інтер'єр, готель, гостинність, готельне господарство, дизайн, комфорт, архітектура, стиль, композиція.

## ANNOTATION

### **Tovstonos V.S. The interior as the factor of creating hospitable atmosphere in the hotel industry**

The paper considers the main aspects of the interior in the hotel industry. Comfort of the environment in hotels through interior design. The psychological aspect of non-standard design solutions in the design of hotels is determined. The influence of interior elements on the atmosphere of hospitality in the hotel industry is analyzed. The interior of the hotel «Randevu» is studied. Ways of implementing new design solutions in the interior of the hotel «Randevu» in Zhytomyr are developed.

*Keywords:* interior, hotel, hospitality, hotel management, design, comfort, architecture, style, composition.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ  
І ТЕРМІНІВ

грн. – гривня

див. – дивись

ін. – інше

м. – місто

млн. – мільйон

м<sup>2</sup> – метр квадратний

од. – одиниця

р., рр. – рік, роки

рис. – рисунок

сек. – секунд

ст. – століття

США – Сполучені Штати Америки

т.ін. – таке інше

т.п. – тому подібне

т.ч. – тому числі

табл. – таблиця

тис. – тисяча

% – відсоток

## ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ІНТЕР'ЄРУ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ	12
1.1. Інтер'єр як невід'ємна частина атмосфери гостинності у готельному господарстві	12
1.2. Історія розвитку інтер'єру готелів та його стилів в світі	22
1.3. Комфорт середовища в готелях через дизайн інтер'єру	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЕЛЕМЕНТІВ ІНТЕР'ЄРА НА АТМОСФЕРУ ГОСТИННОСТІ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ	38
2.1. Колір як найважливіший фактор функціонального призначення інтер'єру	38
2.2. Психологічний аспект нестандартних дизайнерських рішень в оформленні готелів	49
2.3. Основні фактори, які впливають на вибір готелю	54
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ РІШЕНЬ У ІНТЕР'ЄР ГОТЕЛЮ «RANDEVU» М. ЖИТОМІР	62
3.1. Дослідження інтер'єру готелю «Randevu»	62
3.2. Розробка та характеристика інтер'єру для підвищення атмосфери гостинності та ефективності співробітників готелю «Randevu»	70
ВИСНОВКИ	80
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	83

## ВСТУП

Сприятливі умови життєдіяльності людини в готелях забезпечуються завдяки створенню комфорту як у самому готелі, так і на території, що прилягає до нього. Загальний комфорт внутрішнього простору готелів є інтегральним поняттям. Воно включає екологічний, функціональний і естетичний комфорт середовища будь-якого приміщення готелю.

Введення в дизайн інтер'єру готельних підприємств особливої тематики, завдяки кольору на сьогоднішній день відіграє важливу ланку в сфері розвитку, постає проблема в нестандартних вирішеннях дизайну інтер'єрів завдяки колористичному впливу на людину, що несе в собі принципи моральної та психологічної розслабленості, отримання нових відчуттів естетичного задоволення.

Актуальність теми полягає в тому що, в майбутньому зможуть зайняти вигідну позицію на ринку лише ті об'єкти, які виділятимуться рівнем інноваційних рішень, також як і спеціалізовані готелі, які включають дизайнерські рішення у свою концепцію. При створенні внутрішніх архітектурних рішень, атмосфера прекрасного самопочуття клієнта знаходитиметься в центрі уваги. Для цього гість і їде у відпустку. Підприємства робитимуть все більший вплив на дизайн інтер'єрів.

Для створення атмосфери прекрасного самопочуття використовуватимуть природні матеріали, такі як вода, дерево, камінь, глина комбінуватимуться з штучними – бетоном, склом і так далі. Архітектурні рішення підтримуватимуться певними аксесуарами і природними матеріалами, які передаватимуть автентичні враження.

Дизайн відіграє фундаментальну роль у розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні, що підтверджується роботами вітчизняних дослідників. Мендела Є. підкреслює значення архітектури для формування іміджу готельних підприємств, вказуючи на необхідність інновацій у дизайні для забезпечення конкурентоспроможності. Олійник О. М. розширює дискусію,

аналізуючи різноманітні фактори успішності готельно-ресторанних комплексів, з особливим фокусом на ролі дизайну у забезпеченні задоволення потреб відвідувачів. Цукренко І., Семенюк В., Скриннік В. детально розглядають вплив дизайну на проектування та імідж закладів, визнаючи його як ключовий маркетинговий інструмент.

Метою дипломної роботи є аналіз інтер'єру як чиннику створення атмосфери гостинності в готельному господарстві.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- розглянути основні аспекти інтер'єру у готельному господарстві;
- проаналізувати вплив елементів інтер'єра на атмосферу гостинності в готельному господарстві;
- розробити шляхи впровадження нових дизайнерських рішень у інтер'єр готелю «Randevu» м. Житомир.

Об'єкт дослідження – готельне господарство.

Предмет дослідження – використання елементів інтер'єру у готелі «Randevu» м. Житомир, як чинник атмосфери гостинності.

Методи дослідження, використані у дипломній роботі: метод опитування – анкетування гостей готелю з метою оцінки їхнього сприйняття різних аспектів інтер'єру (дизайн, кольори, освітлення, меблі, декор); статистичний аналіз – характеристика інтер'єру, для показників задоволеності клієнтів; спостереження – спостереження за поведінкою гостей у різних зонах готелю (лобі, коридори, номери, ресторани) для фіксації їхніх реакцій на інтер'єрні рішення, системний аналіз – це метод системного підходу, що дозволяє визначити доцільність вдосконалення готельного підприємства, виявити недоліки та визначити шляхи розвитку. Графічні методи – візуалізація отриманих даних за допомогою таблиць, діаграм, графіків для наочного представлення результатів дослідження.

Практична значимість роботи полягає в тому, що рекомендації які надані були готелю «Randevu» м. Житомир з використання елементів інтер'єру та нових дизайнерських рішень можуть бути використані підприємствами

готельного господарства та адміністраціями для поліпшення зовнішніх видів готелів в Україні.

Апробація результатів дослідження. Головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у виступі на науково-практичній конференції «Тиждень науки-2025» в квітні 2025 р. в Національному університеті «Запорізька політехніка» на тему «Інтер'єр як чинник створення атмосфери гостинності в готельному господарстві».

Структура роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (36 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 85 сторінок, основний зміст роботи викладено на 82 сторінках. Робота містить 6 таблиць та 17 рисунків.

## РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ІНТЕР'ЄРУ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

1.1. Інтер'єр як невід'ємна частина атмосфери гостинності у готельному господарстві

У готельних підприємствах окреме місце посідає гостинність. Цей термін важко пояснити, одним словом. Він означає прояв гостинність, персонального уваги службовців готелю стосовно клієнтам, здатність відчувати і задовольнити їхні потреби. Вже з перших кроків клієнт готелю допомагають відчувати, що працівники готелю раді його появі і виявляють своє добре ставлення щодо нього. Без відчуття, що про неї піклуються, людина, переступивший поріг готелю, є радше споживачем, ніж гостем, скоріш відвідувачем, ніж постійним покупцем, скоріш неживим предметом, ніж людиною. Гостинність як добрі особисті стосунки персоналу до клієнтів, часто забувається уже й стає втраченим мистецтвом [18].

Етимологический словник дає перше значення слова «гість» – «приїжджий купець». Цього слова спільнослов'янське і має індоєвропейські коріння. Нині слово «гість» витіснило слова «клієнт», «відвідувач», «постоялець». Гість і гостинність – однокореневі слова, службовці повинні ставитися до гостя, так як йому хотілося б, щоб відносились з ним.

Гостинність – це моральні якості кожного працівника, всього колективу готелю. Тому готель, який прагне викликати в себе атмосферу гостинності, повинен на стадії прийому нових службовців, проводити їхню суворий відбір, за оцінкою характеру кожної людини. Йдеться про здібності допомагати, вміти спільно розв'язувати проблеми клієнтів [27].

Коротко до цих якостей можна віднести так як:

- пильність,
- чуйність,
- запобігливість,

- терпіння,
- вміння розташовувати до себе гостя.

Гостинність – це турбота, виявлена по відношенню до гостя, і здатність почувати потреби клієнтів – невлітими, але настільки очевидні риси в поведінці службовців; це саме той елемент, що зробить: спогади клієнтів приємнішими, а враження запам'ятовувати надовше. Людина, яка переступила поріг, без відчуття, що про неї піклуються, скоріше є споживачем, ніж гостем, прохачем, ніж постійним покупцем, неживим предметом, ніж людиною і це губить не тільки гостинність, а й саме підприємство індустрії гостинності [28].

Невід'ємною частиною гостинності є комфорт. Комфорт – затишок, зручність; сукупність побутових зручностей. Сприятливі умови життєдіяльності людини в приміщеннях індустрії гостинності забезпечуються завдяки створенню комфорту як в самій будівлі, так і на території, прилеглій до неї.

Загальний комфорт внутрішнього простору є інтегрованим поняттям. Воно охоплює екологічний, функціональний та естетичний комфорт середовища будь-якого приміщення готелю [18].

Важливим компонентом мікроклімату будь-якого приміщення є інсоляція (опромінювання приміщень сонячним промінням і природне освітлення). Тривалість інсоляції для багатьох приміщень готелів відповідно до санітарних норм і правил повинна складати не менше трьох годин на день.

У приміщеннях готелів, де люди проводять більшу частину доби, повинно бути завжди чисте і свіже повітря та нормальний шумовий режим.

Екологічний комфорт в інтер'єрах створюється завдяки системам інженерного забезпечення готелів (вентиляції, кондиціонування повітря, централізованого видалення пилу, опалювання та ін.) (див. рис. 1.1).

Функціональний комфорт визначає зручність експлуатації будь-якого приміщення. Він забезпечує захист від оточення, безпеку і здійснення всіх функціональних процесів життєдіяльності людини: сон, харчування, відпочинок, особисту гігієну, розваги, ділові контакти та ін.

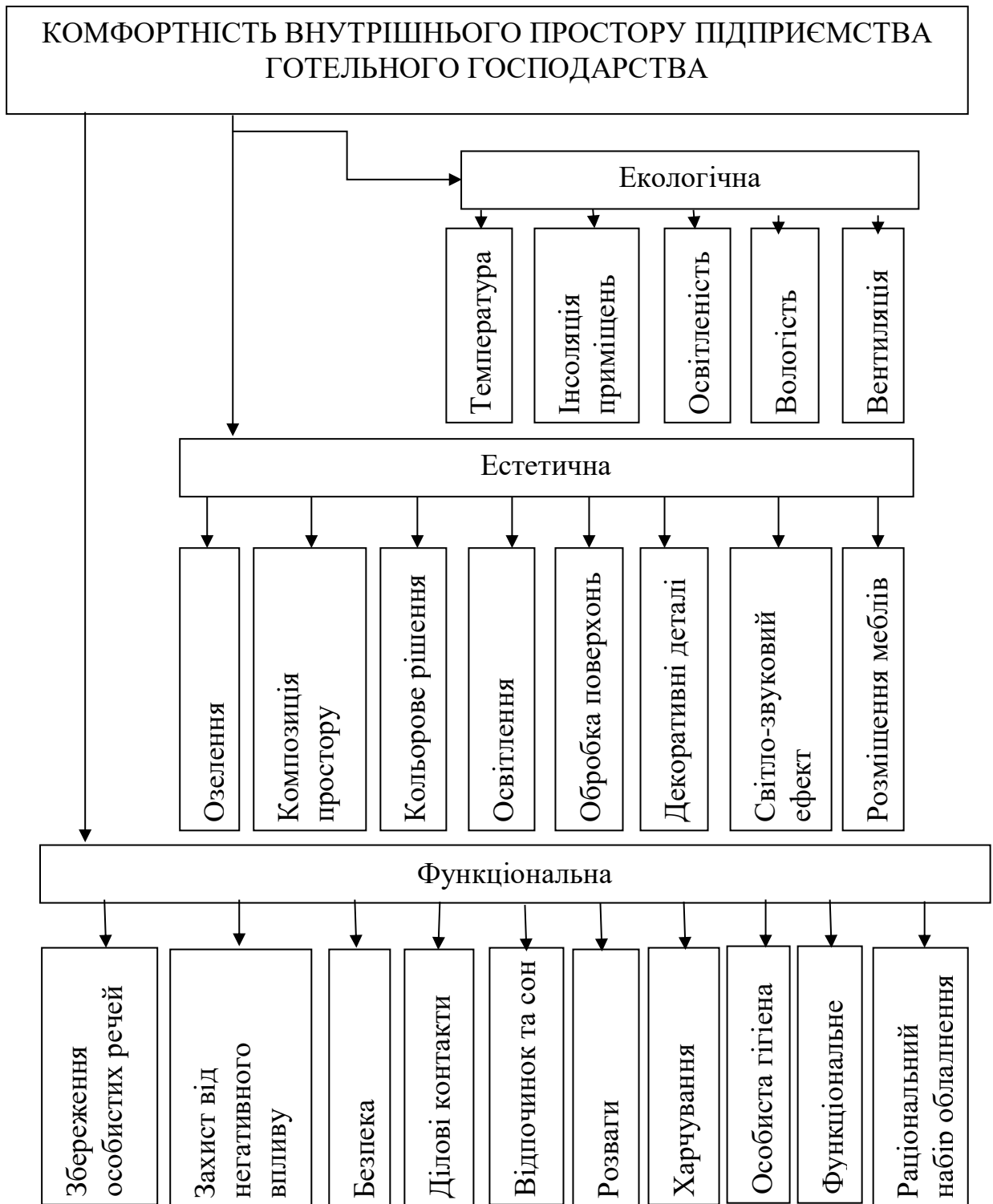


Рис. 1.1 – Комфортність внутрішнього простору

Розподіл усіх процесів життєдіяльності людини в приміщеннях здійснюється прийомами функціонального зонування як загального простору готелю з виділенням функціональних блоків, так і мікрозонуванням. Мікрозонування здійснюється також завдяки раціональному набору

обладнання та його оптимальному розміщенню в будь-якому інтер'єрі [5].

Функціональний комфорт в основному забезпечується оптимальним набором меблів і устаткування. Меблі є одним з активних компонентів у формуванні інтер'єрів багатьох приміщень готелів.

Естетичний комфорт визначає позитивний емоційний настрій людини. Це забезпечується завдяки засобам і прийомам, за допомогою яких досягається об'єднання всіх елементів інтер'єру в єдине для сприйняття ціле. Естетичний комфорт інтер'єру залежить, насамперед, від гармонійності наочно-просторового оточення, від того, наскільки досягнута цілісність і узгодженість його елементів.

Архітектура як мистецтво проектування, спорудження та оздоблення будов створює штучне середовище, зручне для комфортного перебування людей. Архітектурні рішення будівель підприємств готельного господарства мають індивідуальний стиль, техніку виконання. За архітектурних засобів створюється мікроклімат для комфортного перебування людей.

Архітектурa (грец. *Архітеκτονική* – будівництво), – це одночасно наука і мистецтво проектування будівель, а також власне система будівель та споруд, які формують просторове середовище для життя і діяльності людей відповідно до законів краси. На сучасному етапі розвитку людства архітектура становить одну з найважливіших частин засобів виробництва та матеріальних засобів існування людського суспільства. Її художні образи відіграють значну роль у духовному житті суспільства [4].

Характерними ознаками земельної ділянки підприємства готельного господарства є:

- зручна транспортна розв'язка;
- можливість зручного сполучення із центром міста й вокзалами;
- вільні території для облаштування під'їздів і стоянок для пасажирських, екскурсійних автобусів, автомобілів [7].

Під час проектування підприємств готельного господарства необхідно правильно використати рельєф і ландшафт для зовнішнього та внутрішнього

простору. Рельєф і природне середовище є основними компонентами для досягнення естетичної виразності підприємства. Одним із важливих критеріїв, якому повинна відповідати ділянка будівництва готельного підприємства, є екологічний комфорт. Чистота повітряного басейну, рівень шуму, інсоляція повинні відповідати санітарно-гігієнічним вимогам.

Функціональні вимоги обумовлюють поділ будівель на різні типи, які формувались відповідно до соціальних, економічних умов. Функціональні, конструктивні та художні вимоги в архітектурі визначають архітектурні стилі будівель.

Стиль інтер'єру – це сукупність основних ознак архітектури певного історичного періоду й окремого народу, що виявилися в особливостях функціональної, конструктивної і художньої складових [31].

Архітектурний стиль включає в себе характерні, специфічні для певної епохи елементи як соціально-функціонального, техніко-економічного, так і ідейно-естетичного характеру.

У ХХ ст. підприємства готельного господарства будували за різними стилями, які або уособлювали середньовічну архітектуру, або відрізнялись яскравим авангардизмом (авангардизм – це загальна назва різних напрямів у мистецтві ХХ ст., для яких характерні розрив із традицією реалістичного художнього образу, пошуки нових засобів вираження). Під час проектування підприємств індустрії гостинності здійснювався пошук єдності комфорту, національних особливостей, гармонії із зовнішнім середовищем.

В архітектурі розроблені такі правила організації внутрішнього простору:

- Відкритість внутрішнього простору для зовнішнього середовища.
- Внутрішній простір повинен бути достатньо просторим, щоб вмістити значну кількість людей.
- Внутрішній простір приміщення повинен бути ізольованим у межах функціонального призначення приміщення.
- Простір приміщень повинен бути цілісним, безперервним, гармонійно

сполучатися з іншими приміщеннями.

Основне завдання ландшафтної архітектури полягає у відтворенні природного середовища, створенні цілісних антропогенних ландшафтів, які позитивно впливають на людину. Природний ландшафт – це натуральне, природне середовище, що не є результатом діяльності людини [23].

Принципи організації внутрішнього простору на підприємствах індустрії гостиності відображені на рисунку (див. рис. 1.2).

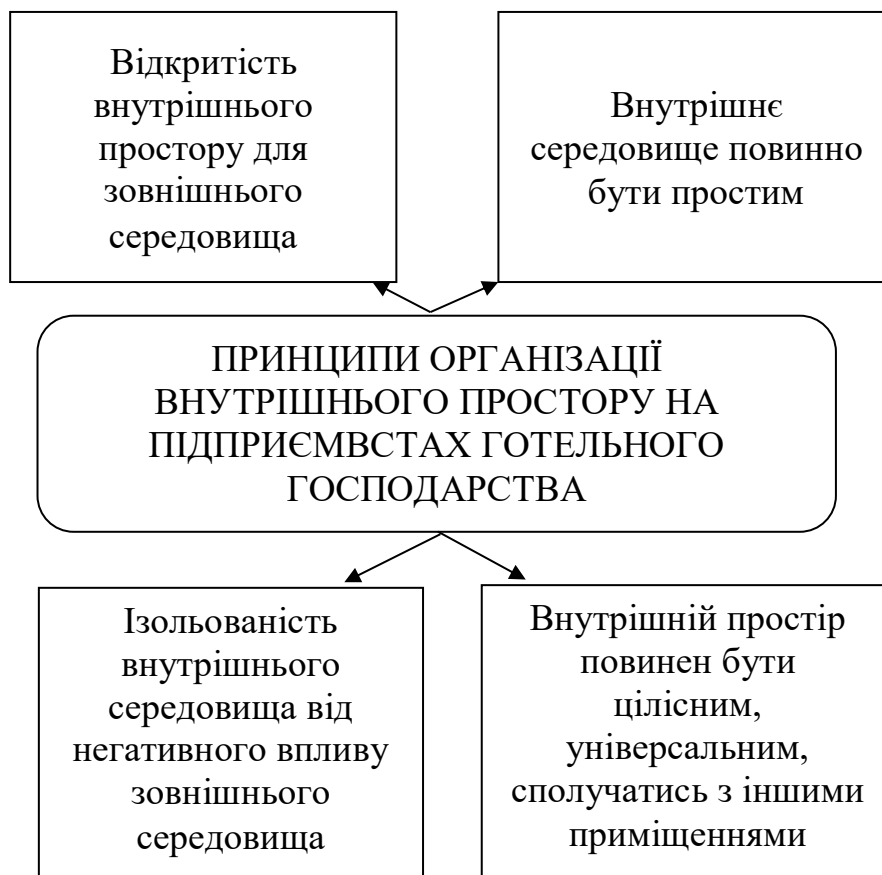


Рис. 1.2 – Принципи організації внутрішнього простору

Антропогенний ландшафт – це середовище, що виникло як результат людської діяльності. Залежно від соціально-економічних функцій розрізняють декілька видів антропогенних ландшафтів:

- сільськогосподарські;
- промислові;

- урбаністичні (міські);
- рекреаційні (для відпочинку).

Інтер'єр підприємств готельного господарства як і архітектурні рішення має специфічні особливості. Вони існують у планувальній структурі будинку, поєднанні приміщень між собою, розміщенні меблів і обладнання, фарбуванні стін, рішенні кольору та світла, своєрідності оформлювального оздоблення [25].

Специфіка інтер'єру підприємств готельного господарства пов'язана і з функціональним призначенням різних приміщень. Це обумовлено тим, що підприємство готельного господарства крім послуги розміщення повинно організовувати надання різних додаткових послуг.

Інтер'єр підприємств готельного господарства – це:

- організація внутрішнього простору будівлі, що являє собою зорво обмежене, штучно створене середовище, яке забезпечує нормальні умови життєдіяльності людини;
- організація внутрішнього простору, що, здатна справляти величезний естетичний та психофізіологічний вплив на людину;
- організація внутрішнього простору приміщення, який являє собою штучно створене середовище для життєдіяльності людини.

Інтер'єр як організований внутрішній простір, є невід'ємною частиною архітектури [5].

Специфічними характеристиками інтер'єру підприємств готельного господарства є:

- поєднання внутрішнього простору з зовнішнім;
- внутрішній простір як основа архітектурних рішень;
- органічний зв'язок із зовнішнім середовищем.

Це підсилює закономірне поєднання окремих елементів внутрішнього та зовнішнього простору в єдиній системі. Комфортність, є очікуванням споживача готельних послуг на підприємстві, залежить чином від того, наскільки точно та зручно організовані в ті процеси, для яких призначено цей

простір [19].

Створюючи архітектурний образ у контексті емоційного впливу, враховувати особливості компонентів, що його формують вкладають елементи інтер'єру, а саме:

Просторова форма-оболонка: визначає межі внутрішнього комфорту. ступінь ізолюваності, розподіл на ділянки, зони (зона, відпочинку, торгова зона). Елементи обмеження форми-оболонки (стіни, перегородки, підлога) створюють індивідуальний художній образ за допомогою матеріалу, кольору, пластики.

Важливим аспектом інтер'єру приміщень підприємства готельного господарства є їх функціональна доцільність, яка визначається взаємним розташуванням функціональних груп приміщень за рівнями, що створює об'ємно-просторову структуру будівлі.

Внутрішній простір, здатний забезпечити необхідний функціональний процес і комфорт, залежить від матеріально-технічних умов. Функціональна доцільність інтер'єру взаємопов'язана з економічною доцільністю. Економічна доцільність інтер'єру закладається під час проектування, будівництва й експлуатації споруди.

Пошуки раціонального використання внутрішнього простору на підприємстві готельного господарства обумовили створення багатофункціональних приміщень. Зокрема – це кафе-бари, кіноконцертні зали, ресторани (банкетні зали) тощо [29].

Трансформація простору вплинула на предметне середовище інтер'єру. Зокрема використовуються меблі, що поєднують декілька функцій (ліжко-диван, ліжко-шафа, стіл-тумба). Це дозволяє раціонально використовувати площу номера. Архітектурне рішення вважається економічно виправданим, якщо при цьому враховується сполученість приміщень, розташування обладнання, художнє рішення, освітлення, акустика.

Вимоги до внутрішнього простору змінювались зі зміною соціальних умов. У цьому виявилась така особливість інтер'єру, як соціальний характер.

Під впливом складних соціальних змін змінювались і типи споруд, з'являлись нові види внутрішнього простору, по-різному використовувалось декоративне мистецтво в інтер'єрі приміщень [25].

Сприятливі умови життєдіяльності людини на підприємствах готельного господарства забезпечуються завдяки створенню комфорту як у самій будівлі підприємства готельного господарства, так і на території, що прилягає до неї.

Екологічний комфорт створюється оптимальним для організму людини поєднанням температури, вологості, швидкості руху повітря та теплової дії. Таким чином інтер'єр будь-якого приміщення підприємства індустрії гостинності повинен забезпечувати екологічну, функціональну й естетичну комфортність.

Отже, поняття «інтер'єр» під ним розуміють внутрішню архітектуру будівлі, комплекс приміщень, які входять до неї з усім устаткуванням, обробкою архітектурних поверхонь і елементів, номерним фондом, сходами тощо. Незалежно від типу підприємство індустрії гостинності її інтер'єр повинний мати виразність, а кожен предмет гармоніювати з приміщенням, у якому він знаходиться, тобто відповідати композиційним вимогам [32].

Композиція – це закономірне поєднання окремих елементів з урахуванням засобів вираження в єдиному цілому. Кожен елемент повинен виокремлюватись, бути своєрідним, мати характерні особливості.

Розрізняють три види композицій:

- фронтальну (площинну);
- об'ємну;
- глибинно-просторову.

Усі вони взаємозалежні та часто поєднуються в одній, наприклад просторова містить фронтальну й об'ємну композиції. Композиція залежить від функціональних, техніко-економічних і естетичних вимог. Основним її завданням є забезпечення гармонічного поєднання всіх складових елементів у єдине ціле. Створюючи композицію, використовують різні засоби художньої

виразності, до яких належать: єдність і підпорядкованість, тектоніка, співвідношення архітектурних форм за різними їх властивостями, пропорції і пропорційність, масштаб і масштабність, ритм, ілюзорне сприйняття простору [30].

Єдність і підпорядкування – основний архітектурний закон, що є зовнішнім проявом як однієї, так і сукупності різних формі найпростішим проявом єдності є проста, нічим не розподілена форм центральної частини, що підпорядковує собі інші. Єдність складної форми досягається розподілом її на нерівні за значимістю частини, одна з яких домінує і таким чином підпорядковує собі інші.

Отже гостинність це компонент задоволення емоційних та підсвідомих потреб людини. Тому слід перейти до поняття інтер'єр [21].

Інтер'єр з фр. *Intérieur* – внутрішня частина, середина; від лат. *Interior* – ближчий до середини – архітектурно й художньо оздоблена внутрішня частина будинку, приміщення, що забезпечує комфорт людині та визначає функціональне призначення приміщення. Також термін може вживатися щодо оздоблення салонів транспортних засобів: авто, літака, залізничного вагона і т.д. Також картина, малюнок і та ін., на яких зображено внутрішню частину якого-небудь приміщення. Тобто можна зробити висновок, все що знаходиться в середині приміщення і є досяжним для відчуттів людини, а саме: кольори, освітлення, звуки, запахи, форми та з чого зроблені об'єкти.

Все це створює емоційний вплив на людину і створює атмосферу гостинності в приміщенні де вона знаходиться [29].

Але оскільки «інтер'єр» це невід'ємна частка архітектури, то роль кольору тут не обмежується створенням комфортних умов, а й багаточисельністю певних факторів. Зокрема це:

- структура, форма і величина приміщення;
- ступінь освітленості природнім світлом;
- характер джерела штучного освітлення;
- кольорове оточення;

- відстань до стіни де є присутні елементи оформлення (в даному випадку інформаційні стенди);

- загальна композиційна ідея;
- мікроклімат приміщень;
- розмір і матеріал огорожуючих поверхонь;
- сторона світу з якого знаходиться приміщення.

Із множини засобів необхідно вміти вибрати більш ефективні для конкретного інтер'єру, бо кожна ідея вимагає власних засобів вираження. Але вибір не можливий без знань закономірностей, які керують цими засобами і головними принципами: художній образ, тектоніка, гармонія:

- Відношення.
- Пропорції.
- Ритм.
- Контраст.
- Ньюанс.
- Масштабність.
- Співрозмірність.
- Співвідлеглість.

Існує багато факторів в інтер'єрі які впливають на емоційний стан людини, та за допомогою них створюється гостинна та комфортна атмосфера до якої клієнтам захочеться повертатись знову та знову, що забезпечить потік клієнтів і потоку фінансів до підприємств, адже вони створюються саме для заробітку грошей. Дуже важливо використати їх вірно, адже не коректне використання інтер'єру та його елементів не зможе створити затишок для гостя або навіть відштовхне його від відвідин закладу чи іншого приміщення [23].

## 1.2. Історія розвитку інтер'єру готелів та його стилів в світі

Все, що тисячоліттями накопичувалося в світовій практиці як результат

складної взаємодії людської праці, природно – кліматичних, соціальних і матеріальних умов життя, стало базою для розвитку сучасної архітектури житла та його інтер'єру: від сільського, житлового будинку, котеджу до багатоквартирного будинку в місті і готельного комплексу. Зодчество на Землі почалося практично з побудовою житла. Для цього використовувалися ті ж природні матеріали, що і для будівництва самого житла, – камінь, дерево, глина. З розвитком ремесла і виникненням художніх цінностей люди почали приділяти увагу не тільки зручному будівництву, але і прикрасам житла [7].

Стилі інтер'єру, втілені у внутрішньому оздобленні будинків в цілому і окремих кімнат зокрема, – знаки, які не тільки ілюструють смакові переваги господарів будинку, але, перш за все, відображають естетику епохи чи культури, що створила їх. Так, в настільки популярному в сучасному просторі мистецтві дизайну стилі інтер'єру представлені різноманітно. Серед стилів, асоціативно відсилають до конкретного історичного часу, поширені такі: середньовічний, класичний, стиль бароко, романський, ампір, готичний, модерн, хай-тек, сучасний і ін. Етнічне напрямом в дизайні інтер'єру представлено такими стилями, як китайський, японський, орієнтальний (східний), кантрі, іспанська, єгипетський, французький, скандинавський, і ін.

Внутрішнє оздоблення готелів античного світу.

Історія має достатньо докладними відомостями про римської цивілізації, що виникла більш 2 тис. років тому. У Римі, заснованому в VIII ст. до н.е., в повній мірі не зберіглося ніяких образотворчих джерел, але по деталях в розписі, мозаїці підстав стін, окремих фрагментів можна відтворити картину інтер'єру римських готелів [31].

Це були одно-двоповерхові будівлі, вікна на першому поверсі були відсутні через міркувань безпеки. Приміщення призначалися для прийому гостей і надання їм харчування і відпочинку.

Збережена підлога першого поверху свідчить про те, що він був з утрамбованої землі, а на верхніх поверхах – глиняний. Використовувалися також шиферні та дерев'яні підлоги. Знайдено в інших фрагменти кольорового

вулканічного скла, вправлені в цементну підлогу поряд з плитками вапняку.

У найбільш багатих готелях зберіглася мозаїка стін, склепінь. У I ст. до н.е. особливої популярності набули мозаїки-картини, складені з крихтих шматочків мармуру або каменю. Ця техніка була різноманітною: у вологу штукатурку вдавлювалися камінчики або відшліфована галька, котру брали з річкових берегів. Широке поширення тоді мали мозаїчні чорно-білі композиції з геометричним орнаментом. Часто зображувалися сцени з грецької міфології або сільські пейзажі, декоративні натюрморти, тварини. Кімнати багатих прикрашалися статуями, розписаними яскравими фарбами. Стіни прикрашались також станковими творами (картини) і фресками (розпис на вологій штукатурці). Двері всередині приміщень були рідкістю. Замість них використовувалися вовняні або суконні тканини, якими завішувалися дверний отвір [7].

У готельних приміщеннях меблів було небагато. Основний предмет – ліжка або кушетка, в головах робилося узголів'я. Перини і матраци набивалися пухом або вовною. Розкішні обрамлення ліжок часто прикрашалися дорогоцінними металами.

Звичайним явищем були мармурові або кам'яні столи. Для лежання під час їжі використовували ложе. З меблів, призначеної для сидіння, в готелях були крісла Селло, з підлокітниками, але без спинки; табурет Скампі. Табуретки мали три ніжки і круглий дерев'яний верх або чотири ніжки і квадратний верх, часто виконаний з бронзи. Кафедра служила кріслом для літніх людей [28].

Для зберігання начиння в готелях використовували масивні скрині і буфети, для освітлення – масляні лампи і свічки, для обігріву приміщень – невеликі бронзові жаровні або закриті обігрівачі, що нагадують сучасні печі. Римський спосіб життя набув широкого поширення і зробив сильний вплив на культуру готельної справи наступних епох.

Розкопки, проведені також в Південному Іраку (V ст. до н.е.) археологом Леонардо Вуллі, показали, що для прибуваючих в той час торгових людей

будувалися Ханни – скромні приміщення для розміщення і відпочинку мандрівників. У кімнатах, призначених для постояльців, стояли ліжка, столи, лавки. Частина будинку, як правило, займали господар зі своєю сім'єю. На нижніх поверхах розміщувалися стійла.

Розкопки в Стародавньому Єгипті і Греції караван-сараїв показали, що в них існував внутрішній двір, де знаходилися в'ючні тварини: верблюди, коні. Навколо внутрішнього двору розташовувалися номери. Уцілілі предмети меблів свідчать про те, що вже тоді гості користувалися примітивними лавками – клімоса, дощатими кріслами і столами [27].

У IV ст. н.е. притягальною силою володіла Мекка – центр мусульманського світу. Паломники відправлялися туди і зупинялися в караван-сараях, відмінною рисою котрих було те, що приміщення для обслуговування прикрашались красивими фресками, а для зручності мандрівників, що прибувають пішки, знаходився басейн для миття ніг.

Розглянемо деякі з них докладніше (див. табл. 1.1).

Романський стиль утвердився в Європі в IX столітті. Для нього типові масивні елементи – круглі арки, ліжка, часто з пологами, стільці з високими спинками, скрині, ларі. Особлива прикмета стилю – орнаменти в якості прикраси вікон і дверей, в яких часто обігравалися мотиви листя і завитків.

Готичний стиль, прийшовши з XIII – XV століть, привніс своєрідний містичний елемент в стилі інтер'єру. Готичні знаки – вікна в формі троянди, вітражі, вишукані орнаменти. В обробці використовуються мармур, камінь, метал (залізо або бронза). Ще дві важливі прикмети цього стилю є камін і елементи, запозичені з церковної архітектури [25].

Стиль бароко відноситься до XVI століття. Зазначений пишністю, урочистістю і розмахом, бароко був переважно палацовим стилем, характерним знаком якого стали фонтани, кам'яні мости і статуї. Як стилю інтер'єру бароко індивідуалізована за рахунок активного застосування таких атрибутів, як канделябри, свічники, дзеркала, шикарні люстри, різьблені меблі, мармурові елементи і ін.

Таблиця 1.1. – Стили інтер'єру

Поява в історії стилів інтер'єру		
Назва	Роки	Особливості
Романський	з 950 – 1250 р.	Комплекс римсько-античних елементів культури.
Готичний	з 1250 – 1520 р.	Був «грубим стилем» (на думку італійців), гідний диких варварів.
Ренесанс	з 1520 – 1650р.	Відображав відродження Італії з елементами римсько-античних форм.
Барокко	з 1650 – 1770 р.	Походить від італійського слова «чудний»
Класицизм	з 1770 – 1840 р.	Прагнув оновити мистецтво, використовуючи красу античності
Історизм	з 1840 – 1918 р.	Включає такі напрямки, як «необароко», «модерн», раціоналізм
Конструктивізм	з 1918 – 1950 р.	Прагне до максимальної виразності і економічності форм, оголення їх технічної основи
Сучасний стиль	з 1950 р. до сьогодні	Укладено в красі геометричних конструкцій будівель готелів, що ґрунтуються на принципі утилітаризму, зі сталі, залізобетону

Класичний стиль, що сформувався в XVII столітті, основним критерієм висуває на різних рівнях симетричність і точність. Простоту ліній, помірне використання золотих і бронзових прикрас, ліпнини, світлі стримані тони і чисті лінії можна вважати основними характеристиками класичного стилю в інтер'єрі.

Арт-деко – демонстрація доброго смаку. Напрямок, геометричний стиль в архітектурі і домашніх меблів, популярний в 20-х, 30-х роках 20 століття. Характерні підкреслено геометричні, закруглені, «хвилясті» фасади, дерев'яні меблі з хромованими ручками і ін.

Ампір – французький стиль, який заявив про себе після буржуазної революції в кінці XVIII століття, став найбільш актуальний за часів Наполеона I. Ампір характеризується античними асоціаціями в інтер'єрі та архітектурі.

Невід'ємними атрибутами стилю стали колони, карнизи, консолі, фризи і багато іншого, що нагадує про Стародавньому Римі. Столи, дивани, крісла – словом, всі меблі в своїх головних частинах, згідно стилю ампір, виконується за зразком античних левових лап, герм, сфінксів і ін. Очевидно, що в стилі панують масивні завершення форми, для яких характерні виступи [7].

Модерн – стиль в інтер'єрі, що входить вчасно рубежу ХІХ – ХХ ст., розкриває витонченість і яскраву індивідуальність власника. Лінії в модерні вишукані, плавні і м'які, нагадують рослинний орнамент, йому притаманні максимальне виявлення фактури і пластичних можливостей матеріалу. Головна ознака – використання нових матеріалів, перш за все, скла і заліза. Новаторські деталі в інтер'єрі стилю модерн різнорівневі підлоги і імпровізаційність [32].

Сучасний стиль в інтер'єрі характеризується використанням металу, полірованого дерева, плитки, стриманими кольорами, з одного боку, і яскравими акцентами, з іншого.

Ретро – стиль, як випливає з назви, з'явився як стиль-спогади про вже минулому. Вважається, що існує часовий відрізок 20 років, за яким річ вже переходить в розряд ретро, і таким чином, може внести ретро нюанс в інтер'єр. Англійський стиль можна завжди дізнатися по шикарних меблів з червоного дерева, дуба або горіха і стриманим теплих тонів в обробці, багатству текстильного оформлення оксамитом, гобеленом, шкірою і камінів, а також декорування різьбленими елементами та ін.

Мінімалізм – стиль для радикалів. Його девіз: відмова від потрібного на користь самого необхідного. Він щоразу стає модним на зламі епох, коли відмітається старе в очікуванні радикальних змін (радянський варіант) або як пересичення розкішшю традиційних інтер'єрів для вищого і середнього класу (варіант західний). Мінімалізм характеризується відсутністю декору як такого і пошуком ідеальних пропорцій, нових колірних рішень [7].

Хай-тек – саме матеріали є характерною рисою такого стилю. Тут відтінки і кольори з легкістю перетворюються, а багатовидовий пластик є

основною особливістю хай-тека. Легкий і функціональний, проте, глибоко промисловий і різносторонній хай-тек несе в сучасний інтер'єр підвісні стелі і широкі віконні рами, розкриває красу використовуваного матеріалу. Естетичний і динамічний він призначений для активних людей, не позбавлених почуття міри і доброго смаку.

Кітч (або кіч, прийнято два варіанти написання) – свого роду нігілізм в архітектурі, поєднання непоєднуваного, стиль, який заперечує всі попередні досягнення і ставить під сумнів майбутні. Він народжується з-за надмірного багатства, пересиченість і любові до епатажу або, навпаки, від кричущою, що кидає виклик бідності [32].

Стиль «Техно» – перфорування круглих або квадратних отворів, прорізів. Вперше геометричні прикраси, вузькі прорізи, виділення несучих конструкцій і комунікацій, продемонстрували дизайнери заходу. «Техно» – стиль, якому властива особлива психологія життя. У дизайні інтер'єрів житлових приміщень використовується не часто, але зате дуже популярний в диско-клубах, ресторанах і тощо. «Техно» поєднує в собі всі можливості сучасних технологій і особливу атмосферу світло уявлення, іноді навіть на шкоду функціональності. В обробці обов'язково присутній метал, скло. Стиль, що ввібрав в себе всю яскравість і екстремальний блиск шоу 80-х. Різноманіття варіантів оформлення інтер'єру обмежується тільки фантазією дизайнерів, їхнім гарним смаком і почуттям міри, завдяки продуманому поєднанню в інтер'єрах одного стилю різних деталей і предметів зі стилю іншого. Але, і це дуже важливо, таке поєднання може бути ризикованим і під силу тільки професіоналові-дизайнерові.

Стиль Кантрі – стиль дизайну інтер'єру з безліччю осіб: в залежності від країни, чий колорит він відтворює, можуть мінятися практично всі декоративні елементи в оформленні інтер'єру. Основний і незмінною рисою Кантрі є наближений до сільського дизайн інтер'єру. У меблях і обробці приміщень використовуються виключно натуральні матеріали: дерево, камінь. Актуальний для тих, в кому живе ностальгія по сільського життя. Цей стиль

відносно молодий – всього близько 40 років, як він увійшов в ужиток як стилю інтер'єру зі своїми незмінними атрибутами, що несуть відбиток руки людини: вишивки, домоткані покривала і скатертини, серветки, а також старовинні скрині, характерна начиння та ін.

Класицизм – підходить для ґрунтовних і консервативних людей, в ньому присутні елементи античної архітектури, деяка ваговитість і солідність. У сучасному інтер'єрі класичний стиль комбінується з іншими стилями, утворюючи прекрасні нові варіанти [32].

Стиль «Етно» або національний стиль – це стиль того чи іншого народу, народності чи племені. Для індійського стилю характерні бірюзові, малинові і помаранчеві кольори, причому кожен у своєму роді неповторний. Шовк використовується, природно, тільки індійський. Меблі взагалі низька і зазвичай з тика. Для цього стилю характерна легка трансформація призначення деталей: наприклад, ширма може замінювати двері, стільчик – низький і широкий – замінювати стіл та інше. Змішання стилів стає необхідністю, якщо в квартирі буде проживати сім'я з декількох чоловік різних поколінь. У кожного з них свої смаки, і кожен повинен мати в квартирі свій куточок, в якому він відчував би себе максимально затишно.

Східний стиль – це насичені яскраві і глибокі кольори: чорний, коричневий, жовтий, глибокий червоний і синій і ін. Дизайн в східному стилі не обходиться без вишуканих малюнків на сяючій тканині з позолотою. До слова, текстиль – шовк, муар, органза, парча, оксамит – це те, що безпрограшним чином створює в сприйнятті східний асоціативний ряд. Саме цими тканинами рясніють лавки купців східних базарів. Текстиль активно використовується для створення дизайну в східному стилі. Якщо ж немає можливості оббити тканиною стіни, використовують шикарні шпалери з шовкографією [7].

Китайський стиль пізнаваний завдяки знаменитій атрибутиці фен-шуй з його чіткою організацією простору, яскравим колірним рішенням, ширм і нехитрої плетених меблів.

Японський стиль оперує меблями з натурального старого дерева і витонченими невеликими елементами, вкоріненими в японській культурі в силу стислості територій. На підтвердження достатньо згадати японські карликові деревця, ікебани та мініатюрні садки. Лаконізм і простота – ось основні домінанти японського стилю.

У будь-якому мистецтві – кожна епоха залишає свій незгладимий відбиток, який може багато розповісти про рівень культури і життєвому укладі суспільства даної епохи. Складені разом і узагальнені, ознаки типові для певного часу і місця і складають стиль. Зародження і затвердження кожного чергового стильового напрямку протікає в умовах тривалої боротьби з попередніми напрямками і стилями. Стиль знаходить своє вираження не тільки в кожному творі мистецтва, але навіть і в скромних формах повсякденних предметів побуту.

Перш за все, стиль – це своєрідний спосіб вираження, який проявляється і повторюється в усьому, що створюють людські руки в певний історичний період. Зовсім недавно квартири відбувалися і обставлялися не тим, чим хотілося б, а тим, що «вдалося дістати». Зараз ситуація кардинально змінилася: проблема «знайти» змінилася проблемою «вибрати». Широкий асортимент оздоблювальних матеріалів, нові технології обробки, різноманітність меблів і предметів інтер'єру надають практично необмежені можливості [32].

### 1.3. Комфорт середовища в готелях через дизайн інтер'єру

У сучасному розумінні інтер'єр відображає стиль та імідж готелю для задоволення естетичних смаків його мешканців та гостей. Інтер'єр відображає організацію внутрішнього простору будівлі та створює середовище, яке забезпечує необхідні умови для життєдіяльності людини. Це складне і багатогранне явище, яке має значний естетичний і психофізіологічний вплив на людину.

Дизайн інтер'єру – один з найважливіших елементів успіху готелю. Це

не просто оздоблення, а цілеспрямована робота над створенням унікальної атмосфери, яка відображає стиль та індивідуальність готелю і відповідає потребам та очікуванням його гостей. Вдало підібраний дизайн інтер'єру створює відчуття комфорту, затишку і розкоші, роблячи перебування в готелі незабутнім і приємним.

Оскільки гостями готелю є не лише туристи, але й ділові люди, які приїжджають на ділові зустрічі, або працівники, які їдуть у відрядження, готель має бути спроектований таким чином, щоб задовольнити потреби якомога більшої кількості людей. Інтер'єр повинен максимально нагадувати клієнтам про домашній затишок або переносити людей у зовсім іншу атмосферу.

При виборі дизайну холу готелю важливо пам'ятати, що в цьому місці немає дрібниць. Це означає, що всі деталі та елементи, використані в оформленні, повинні сприяти створенню комфортної та затишної атмосфери. До того ж вибраний інтер'єр готелю повинен повністю відображати концепцію загального дизайну приміщення. Перше враження, яке отримує гість, залежить від того, як виглядає дизайн холу готелю, і це, як правило, має вирішальне значення. Холи, як правило, дуже просторі, і дуже складно правильно заповнити цей простір.

Звичайно, не можна допустити, щоб хол надто відрізнявся від загальної кольорової концепції готелю, але він повинен бути максимально привабливим. У лобі також має бути місце для формального спілкування та переговорів. Не слід забувати, що тут люди працюють зі своїми ноутбуками. Це означає, що різне обладнання повинно мати можливість підключатися до мережі в лобі. Тому лобі готелю потребують диванів і журнальних столиків, які не виглядають чужорідними в інтер'єрі.

Щоб створити усамітнені та соціальні зони, простір потрібно творчо розділити. Крім того, меблі повинні бути зручними і функціональними. Більш екстравагантні тенденції в дизайні лобі включають озеленення, міні-водоспади в приміщенні, великі люстри і мультимедійні плеєри.

Незалежно від кількості та призначення номерів у готелі, будь то звичайний чи люкс, дрібниці мають бути враховані. Якщо готель має тематичний дизайн, наприклад хай-тек або скандинавський, то кожна кімната має нагадувати про це. Буде дивно, якщо рецепція вразила гостей своїм дизайном, а коли вони зайшли в номер, вони побачать простий і лаконічний дизайн. Дизайн інтер'єру готелю має створювати позитивні враження в цілому, а не тільки окремі елементи та зони.

У сучасному світі вже нікого не вражає класичне поєднання ліжка, письмового столу та комода. Саме тому кожен інтер'єр першокласного готелю абсолютно не схожий на інший. Кожну кімнату можна оформити в різній стилістичній тематиці. Це може бути хитрий дизайнерський хід. Тоді клієнти самостійно звертаються до того, який їм подобається. Кімнати в стилі хай-тек спокійно поєднуються з кімнатами в стилі вікторіанськими та фінськими стилями.

Важливо пам'ятати, що інтер'єр і функції різних стилів кімнати повинні бути однаковими та відповідати статусу кімнати. Звичайно, кімната люкс має більше меблів і побутових приладів, ніж кімната економ-класу, але вони мають бути однаково зручними та відповідати фінансовим можливостям клієнта.

Готельні меблі мають бути компактними, легко переміщатися, просто збиратись і не вимагати складного ремонту або обслуговування. У зв'язку з інтенсивною експлуатацією важливо, щоб вони були стійкими до механічних і хімічних пошкоджень. Варто віддати перевагу натуральним матеріалам, які безпечні для здоров'я і прості в догляді.

Одна з найважливіших вимог – безпечність до вогню, матеріал не повинен легко спалахувати і виділяти токсичні речовини під час горіння. Особливу увагу слід приділити вибору ліжка в готельний номер. Ліжка має бути зручним для людей з нестандартним зростом і вагою. У готельних номерах має бути якомога більше шаф для зберігання багажу та особистих речей гостей. Шафи мають бути оснащені надійною фурнітурою, яку за

потреби можна легко відремонтувати або замінити. Це стосується й інших корпусних меблів, наприклад, приліжкових тумбочок.

Дизайн готелів – напрямок, який привертає багатомільйонні обороти. Серед компаній, які є лідерами ринку дизайну готелів – такі фірми як HKS, Wimberly Allison Tong&Goo, Leo A Daly, чий дохід становить десятки мільйонів доларів. Кожна з цих компаній має в своєму портфоліо цілий ряд гучних проєктів. Так, компанія HKS, розташована в Далласі, розробила дизайн готелів для таких відомих операторів готельного ринку як Ritz Carlton (готель Ritz Carlton в Далласі) і Starwood (готель W Dallas Victory Hotel and Residences) в тому ж Далласі.

Однак у випадку з дизайном готелів, які розробляються великими компаніями для великих компаній, йдеться в першу чергу про масове, промислового дизайні. Про унікальність готелів тут можна говорити в певних рамках, які, так чи інакше, обмежуються політикою готельної корпорації. Що ж стосується по справжньому дизайнерських готелів, то тут ринок ще тільки формується. Проте, вже зараз в галузі дизайну готелів існує «пантеон» з десятком імен, які є незаперечними авторитетами в своїй області [21].

В Європі репутацію авторитетів готельного дизайну закріпили за собою італійці. Тут є кілька молодих, але вже зарекомендували себе дизайнерів, які створили дизайн готелів не тільки Італії, але і Франції, і Британії. Можна виділити такі імена як Бруно Борріоне, який співпрацює зі Старком, і Ольгою Поліцці. Борріоне відомий, в тому числі завдяки проєкту готелю Le Placide в Парижі. Ольга Поліцці заслужила визнання за автентичний дизайн готелю Tresanton в англійському Корнуеллі.

Таким чином, професійно створений інтер'єр підприємства індустрії гостинності – це свого роду творче твір, в якому взаємне відповідність окремих елементів обумовлено єдиним задумом автора.

Розкішні бренди підживлюють емоційні бажання своїх споживачів. Перебування в готелі, створеної топ-брендом, дає людині відчуття ексклюзивності, якого важко добитися іншими способами.

Так наприклад, модний бренд «Versace» поширилася на готельний бізнес. За словами директора компанії: «Створення готелів – ще одна сфера діяльності компанії Версаче. Готелі «Palazzo Versace» – це один із стовпів нашої стратегії, вони формують таку характеристику бренду, як стиль життя». Сьогодні фешн-готелі – модний тренд і світова тенденція.

Найперший фешн-готель «Palazzo Versace» відкрився у вересні 2000 р. в Австралії, на курорті Голд-Кост. У готелі поєднуються сучасна європейська розкіш і давньоримський палацовий стиль. Мостова перед готелем – це, за своїми розмірами, друга кам'яна мозаїка в світі. Донателла Версаче брала особисту участь в розробці внутрішнього оздоблення готелю. Підлоги готелю – це найзнаменитіші і дорогі сорти мармуру. В інтер'єрі – картини знаменитих художників. У кожному номері готелю є аксесуари та предмети інтер'єру, що вийшли з-під руки дизайнерів «Versace»: від килимків у ванній, до фірмових наборів кришталевого та порцелянового посуду.

В кінці 2015 р. Дубаї відкрився другий готель знаменитого модного будинку – «Palazzo Versace Dubai». За зовнішнім виглядом, це італійський палац 16-го століття з тонкими рисами арабської культури. Чудовий ландшафтний дизайн. Понад сто кращих мулярів і музичних художників з різних країн світу брали участь в оздобленні території готелю. Донателла Версаче особисто розробляла дизайн всіх люксових номерів і громадських зон готелю. Кожен предмет меблів і більшість деталей інтер'єру, фурнітура та тканинні покриття, постільна білизна і посуд для номерів взяті з брендового колекції «Versace Home», або спроектовані Будинком Версаче спеціально для даного готелю.

В останні десятиліття склалося новий напрям маркетингових комунікацій – «брендинг» (від англ., Brand – клеймо). Брендінг пройшов значний шлях в своєму розвитку від первісної ролі ідентифікатора товару або послуги. В даний час брендинг, по суті, вже є ні чим іншим, як технологією задоволення споживача. Таким чином, брендинг – це процес створення і подальшого управління унікальним об'єктом споживання, який стає

привабливим для споживача і є носієм додаткової вартості.

Дизайн готелів – це також візуальне відображення брендингу. Об'єднання готелів в мережу і просування їх під загальним брендом – найбільш ефективна схема в готельній справі. Цілеспрямована стратегія розвитку, упізнаваний бренд, загальні стандарти створюють стійке конкурентна перевага кожної готельної мережі [20].

Створення готельних мереж обумовлено низкою факторів. Така форма управління дозволяє просувати на ринок високі стандарти обслуговування: дотримання певних умов, які стосуються якості послуг, внутрішнього оформлення, впізнаваності продукту.

Обов'язковою умовою успішного існування і функціонування бренду в готельному бізнесі є дотримання загального фірмового стилю – візуальне і змістовне єдність образу готелю.

З усього спектру завдань, що стоять перед готельним брендом одними з найважливіших є: відмінність його від інших, досягнення конкурентних переваг і можливість встановлення підвищеної ціни. Це все стає можливим, коли покупець впевнений у перевазі даного готельного продукту. Споживач готовий заплатити велику ціну за кращу (реальну або сприйману їм) якість.

На даний момент в світі більше 16 мільйонів готелів, кожна 4-тий готель входить в яку-небудь мережу.

Так мережу готелів Radisson є одним з всесвітньовідомих брендів, який прийшов в світову готельну індустрію з США.

Повна назва мережі – Radisson Hotels & Resorts, працює під девізом «Так, я можу» («Yes, I can»). Ринкова ніша компанії – це розкішні готелі, а також великі готельні курортні комплекси. Radisson активно використовує сучасні механізми залучення і утримання клієнтів. Спорудження нових готелів проектується відомими архітекторами. Дизайн інтер'єрів відрізняє широке використання скла як оздоблювального і навіть конструкційного матеріалу. Скляними виконуються зовнішні огорожувальні конструкції, внутрішні перегородки, стелі і навіть підлоги. Відмінною рисою є поєднання скляних

площин з відполірованою поверхнею каменю – мармуру або граніту – в вестибюлях готелів. Дизайн інтер'єрів будується на контрасті: матеріалів, розмірів, що вносить відчуття динаміки при сприйнятті середовища, адекватне сучасному темпу життя. Характерною особливістю є колірне рішення, побудоване на використанні холодної колірної гами з домінуванням блакитного кольору.

До іншої іменитої мережі належать готелі Hyatt, девіз яких: «Створення досвіду, а не тільки проживання в готелі» («Create an experience rather than merely a hotel stay»).

Дизайн інтер'єрів мінімалістичний за своїми формотворчим, характерною особливістю є обов'язкове використання натурального темного дерева, що створює враження солідності без зайвої помпезності. Також відмінними рисами готелів бренду є сучасна обстановка, інноваційний дизайн, а так само включення національного колориту.

Головною особливістю планування є відкриті простори, які як би перетікають один в одного на всіх поверхах будівлі. Завдяки високим стелям і панорамним вікнам, номери наповнені повітрям і світлом. Дизайн номерів втілює лаконічну естетику сучасної розкоші: інтер'єри прикрашають темні підлоги з мореного дуба, цей же матеріал використовується в головах ліжок і лавах. Контраст темних і світлих кольорів дає відчуття строгості – що характерно для ділових людей.

У дизайн-концепції мережі Hyatt є такий термін, як драматичне сприйняття, маються на увазі певні відчуття, які повинен відчути гість, заходячи в готель. Тому в організації готелю іноді використовується такий прийом як перенесення зони реєстрації з першого поверху на останній, щоб, піднявшись, гість міг отримати естетичну насолоду від вигляду, який відкривається зверху.

Готельна мережа Hilton – одна з найбільших і найвідоміших на світовому готельному ринку сповідує девіз «Будьте моїм гостем» («Be my guest»).

Hilton орієнтується в основному на ділову публіку, а тому там завжди можна знайти «Екскьютів сьют» – номер з письмовим столом і набором оргтехніки. В готелі обов'язкова наявність лобі-бару і конференц-залу.

За час свого існування Hilton заслужив титул однієї з найбільш інноваційних готельних мереж планети. Саме Hilton вперше запропонував використовувати концепцію готелю-казино, яка незабаром поширилася по всьому світу.

Можна сказати, що кожна із мереж має свою унікальну концепцію, підхід та дизайн.

Таким чином, інтер'єр готелю має низку вимог, які необхідно враховувати при розстановці меблів, виборі кольорів і забезпеченні різних видів комфорту відповідно до естетичних уподобань мешканців.

Висновок до розділу 1.

Було розглянуто, що інтер'єр готелю є не просто естетичним оформленням, а потужним інструментом для формування першого враження, створення бажаної атмосфери та підвищення загального досвіду гостя. Також підкреслюючи, що грамотно розроблений інтер'єр безпосередньо впливає на рівень задоволеності клієнтів, їхню лояльність та готовність рекомендувати заклад.

Окрім того, визначено основні елементи, що складають готельний інтер'єр. Кожен з елементів має вирішальне значення і потребує ретельного обмірковування з урахуванням функціональних вимог, стильових рішень та цільової аудиторії готелю.

У розділі було акцентовано увагу на важливість комплексного підходу до створення інтер'єру, який поєднує в собі естетику, функціональність та ергономіку. Успішний готельний інтер'єр – це той, що не лише приваблює візуально, але й забезпечує комфорт, зручність та позитивні емоції для кожного гостя.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЕЛЕМЕНТІВ ІНТЕР'ЄРА НА АТМОСФЕРУ ГОСТИННОСТІ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

### 2.1. Колір як найважливіший фактор функціонального призначення інтер'єру

Оскільки «інтер'єр» це невід'ємна частка архітектури, то роль кольору тут не обмежується створенням комфортних умов, а й багаточисельністю певних факторів. Зокрема це:

- структура, форма і величина приміщення;
- ступінь освітленості природнім світлом;
- характер джерела штучного освітлення;
- кольорове оточення;
- відстань до стіни де є присутні елементи оформлення (в даному випадку інформаційні стенди);
- загальна композиційна ідея;
- мікроклімат приміщень;
- розмір і матеріал огорожуючих поверхонь;
- сторона світу з якого знаходиться приміщення.

Із множини засобів необхідно вміти вибрати більш ефективні для конкретного інтер'єру, бо кожна ідея вимагає власних засобів вираження. Але вибір не можливий без знань закономірностей, які керують цими засобами і головними принципами: художній образ, тектоніка, гармонія:

- Відношення.
- Пропорції.
- Ритм.
- Контраст.
- Ньюанс.
- Масштабність.
- Співрозмірність.

– Співвідлеглисть.

Як відомо, близько 70% інформації звичайна людина сприймає візуально. Саме тому важливо наскільки інтер'єр приміщення може вплинути на його успішність.

В оформленні готельного підприємства інтер'єру є цілий ряд вивірених часом правил, дотримання яких забезпечує високий рівень комфорту та естетики для відвідувачів. Наші очі здатні розрізняти і вловлювати більше мільйона кольорів і відтінків, які як вже давно доведено вченими, активно впливають на наше самопочуття, настрої, емоції.

В останньому випадку великий вплив на сприймання кольорових площин вказує фактура і характер матеріалів. Дзеркальна або глазурна фактура при падаючому на них світлі відбивають його паралельним пучком світла і дають світлі бліки. Від матових площин дещо шершавих, світло розсіюється в різних напрямках.

Деякі кольори можуть підвищувати працездатність, інші здатні викликати почуття щастя, радості, спокою, створити атмосферу комфорту і захищеності [7].

Колір являється найважливішим фактором формування і сприймання інтер'єру, фізіологічно, психологічно і естетично впливає на людину відповідно з функціональним призначенням інтер'єру. Колір може створюватись штучно: фарбуванням поверхонь і окремих деталей або засобом обробки матеріалів (див. табл. 2.1).

Світ, який оточує людину, надзвичайно кольоровий. Колір може сприйматися легким або важким, теплим або холодним, колір може викликати переживання, збудження або стрес, створити гармонію, він може створювати чудеса, але здатний призвести до катастрофи.

В приміщенні можна створити враження простору, використавши світлі холодні тони.

Теплими – червоними, коричневими токами – можна, навпаки, створити враження звуження простору [6].

Таблиця 2.1 – Вплив кольору на емоційний стан людини

Колір	Емоції, які викликає колір
Помаранчевий	сприймається як гарячий, бадьорий, стимулює до активної діяльності, викликає радість
Блакитний	холодний, нагадує про воду, він свіжий, прозорий, зменшує фізичну втому, заспокоює, регулює ритм серця
Жовтий	теплий, веселий колір, який створює гарний настрій
Зелений	освіжаючий, заспокійливо діє на нервову систему, зоровий аналізатор; зменшує яскраве сонячне освітлення
Коричневий	теплий, заспокійливий, але здатний викликати похмурий настрій, а із сірим відтінком – насторожує, викликає занепокоєння; рекомендується застосовувати в поєднанні із жовтим або помаранчевим кольорами
Червоний	гарячий, енергійний, має стимулюючий вплив і викликає в людини умовний рефлекс, спрямований на самозахист
Білий	холодний, одноманітний, викликає апатію
Сірий	діловий, сумовитий, здатний викликати апатію, нудьгу
Чорний	похмурий і важкий, різко знижує настрій

При виборі кольору оздоблення тієї чи іншої кімнати, потрібно враховувати різні чинники: куди дивляться вікна (якщо на північ – краще надати перевагу теплим тонам, якщо на південь – холодним); якість освітлення; як світло відбиває колір. І, зрештою, яка це кімната номера – спальня, ванна, вітальня, кабінет, передпокій та ін.

Насичені, яскраві кольори придатні для вітальні; білий, блакитний (асоціюються з чистою водою) можуть використовуватися для ванної кімнати.

Не варто забувати і про розміри кімнат: яскраві стіни зорovo зменшують простір, темні – збільшують. Так, червоний, помаранчевий та жовтий допоможуть зробити величезне приміщення із малою кількістю меблів меншим і затишнішим. Чорний і білий, синій та фіолетовий зорovo збільшують розміри кімнати.

Добираючи колір стін, потрібно пам'ятати, що меблі, декоративні тканини, штори, гардини повинні гармоніювати зі стінами [28].

На рисунку 2.1 графічно зображено вплив кольора на людину.

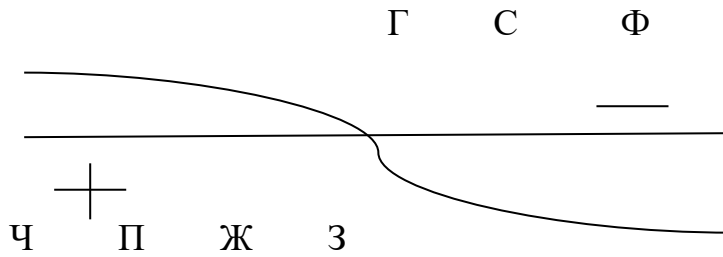


Рис. 2.1 – Вплив кольора на людину + тонізуючий, – гнітючий вплив

У таблиці 2.2 перелічені основні чинники, які потрібно враховувати при виборі кольорової гами для фарбування приміщення.

Таблиця 2.2 – Чинники при виборі кольору

Чинники	Кольорова гама		
	холодна	нейтральна	тепла
Райони країни:			
північні	–	X	X
центральні	X	X	X
південні	X	X	–
Орієнтація вікон:			
північ	–	–	X
північний схід	–	X	X
північний захід	–	X	X
Південь	X	–	–
південний схід	X	X	–
південний захід	X	X	X
Температура приміщенні: в			
підвищена	X	–	–
нормальна	X	X	X
понижена	–	–	X
Характер роботи:			
нормальний	X	X	X
підвищеної інтенсивності	X	X	–
монотонний	–	–	X
Зорове напруження:			
нормальне	X	X	X
підвищене	X	X	–

Колір в інтер'єрі, крім психологічного впливу на людину, впливає і на візуальне сприйняття простору. Світлі відтінки деяких кольорів збільшують і розширюють простір, створюють відчуття легкості і свободи. Інші ж, навпаки, здатні підкреслити замкнутість і невеликі розміри приміщення.

Розглянемо вплив кожного кольору на людину:

**Білий колір в інтер'єрі** – це досить нейтральний колір, він викликає позитивні емоції. Білий колір в інтер'єрі створює відчуття чистоти і гармонії. Він не розташовує до розслаблення, а навпаки здатний зарядити бадьорістю і енергією. Ще з давніх часів, білий колір вважався «царським, божественним кольором», споглядання якого зміцнювало і підносило духовно [17].

Червоний колір здатний підвищити працездатність і активність людини. Його вплив на людину, в порівнянні з рештою палітрою, найсильніше. Самі сприятливі рішення в інтер'єрі – використання світлих відтінків червоного, які існують в природі.

**Зелений колір в інтер'єрі** – цей колір дуже сприятливо впливає на нервову систему людини, заспокоює, дарує відчуття комфорту й умиротворення. Символізує спокій і свіжість. Зелений колір надає почуття ясності, зменшує апетит.

Синій – холодний колір, він здатний створити ділову робочу атмосферу в приміщенні. Синій колір розташовує до спокою, споглядання і розважливості [24].

Помаранчевий колір – яскравий і теплий, він здатний викликати у людини відчуття тепла, підняти настрій, викликати збудження, підвищити активність, створити урочисту атмосферу свята.

Фіолетовий колір спонукає до активності, особливо у творчих особистостей. У великій кількості може викликати втому і роздратування.

Сірий колір прекрасно гармонює практично з усіма кольорами, сприятливо впливає на людину, дарує відчуття спокою і захищеності, знімає напругу, розслабляє.

Бежевий колір не здатний викликати негативних емоцій у людини, він

створює відчуття спокою і стабільності

Як бачимо з характеристики кольорів, практично всі світлі кольори і відтінки розширюють простір, а темні, навпаки – зменшують. Тому якщо у вас занадто низька стеля, пофарбуйте його в світлий колір і вона візуально підвищиться. Коли стеля є високою, тоді вибирайте темний колір і вона здаватиметься нижчою.

При оформленні кімнат, в яких хороше освітлення, використовуйте навпаки холодні кольори, якщо ж вони розміщені на холодній стороні, тоді зробіть їх теплими за допомогою теплих кольорів і відтінків.

Сучасне кольоробачення потребує цілеспрямованого кольорового оформлення інтер'єрів любого призначення. Принципи кольоробачення повинні лежати в основі роботи архітектора і художника по інтер'єру, бо кольорове рішення інтер'єрів надає значну психологічну дію на людину. Наприклад, в заводських приміщеннях колір повинен поліпшувати продуктивність праці, в лікувальних закладах надавати заспокійливий вплив. В громадських закладах кольорову палітру можна вирішувати як з допомогою контрастних співвідношень, так і нюансних зближень кольорів. При співвідношенні декількох кольорів в інтер'єрі повинен переважати який-небудь один колір.

На вибір кольору впливає також об'єм приміщень – у великих приміщеннях кольори можуть бути більш насиченими. Домінуючий колір в обробці приміщень звичайно сприймається малонасиченим, а кольори окремих деталей повинні бути йому контрастні. Одноколірність у рішенні інтер'єрів призводить до монотонності, а безпорядкове використання великої кількості кольорів створює враження переживання.

При складанні кольору необхідно врахувати відбиваючу властивість кольору. В залежності від призначення приміщення, його кубатуру, кількість проникаючого денного світла, характеру вечірнього освітлення, визначається ступінь насиченості того чи іншого кольору. Щоб завчасно розрахувати насиченість і відтінок фарбування по цих ознаках, слід керуватися.

При зображенні на стендах малюнків і при виконанні самих стендів слід враховувати дані коефіцієнти, щоб приміщення – в даному випадку клас – здавався світлішим чи темнішим, коли це потрібно, в залежності від того, яке ми ставимо перед собою завдання.

Крім наведених основних особливостей кольору в інтер'єрі хотілось би зазначити і його психологічний вплив на людей.

Відомо, що різні кольори і їх співвідношення призводить на людей різні враження, по-різному діє на її свідомість, кожен колір має в собі певний психологічний зміст, вносить певний ідейно – естетичний підтекст у суть зображуваного [32].

Використовуючи дані таблиці кольорової символіки, можна створити певний настрій, що потрібен для даного інтер'єру.

Встановлено, що деякі кольори сонячного спектру, так звані теплі тони – червоні, оранжеві, жовті – діють на людину збуджуючи, розширюють зіниці і навіть прискорюють пульс, викликають загальну втому.

Інші, так звані холодні тони – сині, голубі, зелені – заспокоюють, зменшують втому очей. Враховуючи цю обставину, що людське око краще сприймає цю гаму, то можна з впевненістю сказати, що стіни учбових закладів краще зафарбовувати (оформлювати) в цій гамі. Загальна кольорова гама в світлих тонах сприяє збільшенню освітлення. Взаємопоєднані холодні і теплі кольори у приміщенні створюють робочий настрій.

Як правило, кількість кольорів робочого місця повинно обмежуватись трьома – чотирма, бо велика кількість кольорів може призвести до розсіяння уваги. Із всіх кольорів один повинен бути головним і визначати основний колорит.

І наостанок, при оформленні кімнати не використовуйте більш ніж п'ять кольорів. Тільки правильний вибір кольору і його добре поєднання з іншими тонами, дозволить зробити приміщення красивим і позитивно впливатиме на самопочуття як господарів та і їх гостей.

Озеленення в інтер'єрі готельних комплексів – це особливий вид

мистецтва, що виконує як естетичні, так і утилітарні функції. Озеленення активно впливає на характер формування інтер'єру і є таким же рівноцінним компонентом оформлення середовища, як оздоблення стін, меблювання тощо. За допомогою озеленення можна підвищити художню виразність внутрішнього простору, удосконалити його функціональну організацію. Утилітарна функція рослин полягає у створенні певного мікроклімату в приміщеннях [33].

Розрізняють активну і нейтральну системи озеленення. Так, в робочій зоні роботи створюють нейтральну систему озеленення, а в зоні відпочинку – активну. За допомогою озеленення виконують і розділення простору на зони.

Найширше в приміщеннях готельних комплексів використовують озеленення у вестибюлях, холах, коридорах, ресторанах, кафе і в номерах.

У готельних комплексах з високим рівнем комфорту у вестибюлях створюють зимові сади. Для озеленення інтер'єрів застосовують, як правило, наступні види рослин:

- декоративно-листяні;
- декоративно-квіткові;
- в'юнкі та ампельні;
- сукуленти.

Включення озеленення в інтер'єр здійснюється як створенням природних (живих, засушених) композицій, так і штучних.

Найширше використовуються декоративно-квіткові рослини, ампельні, а також застосовуються епіфітні рослини (засохлі дерева), які використовуються для кріплення інших рослин, особливо ампельних.

Для озеленення слід також віднести живі квіти, що стоять у вазах. Вони завжди прикрашають інтер'єр, вносять затишок, створюють приємну атмосферу і підвищують художню якість декоративного оформлення. Квіти рекомендують ставити у вітальнях багатокімнатних номерів – люкс і в загальних вітальнях, холах, на столах адміністраторів і чергових по поверху, на столиках кафе і ресторану. Скрізь доречно і святково виглядатимуть навіть

найскромніші букети або гілочки рослин [30].

Квіти – це особливий елемент інтер'єру. Їх присутність вносить в наше життя найрізноманітніші почуття, такі, як бажання наблизитися до природи, задоволення від споглядання прекрасного, створення гармонії і неповторної атмосфери, заспокоєння. Практична сторона композицій з домашніх рослин, а саме наповнення повітря киснем, може доповнюватися естетично та радувати погляд. Сучасний ринок флори пропонує дуже широкий вибір декоративних рослин. Вони можуть бути зовсім мініатюрними, а можуть заповнювати собою об'ємну частину площі саду. Підбір композиції здійснюється відповідно до інтер'єру приміщення. У тісному, маленькому приміщенні доречні будуть вертикальні моделі озеленення. На практиці це виглядає так: посудини з рослинами підвішують за допомогою кронштейнів на капітальні стіни і колони, кріплять до декоративних ґрат, скляних екранів і перегородок. Приміщення візуально ділиться на секції і зони.

Архітектурне планування деяких приміщень допускає використання арок, ніш, отворів вікон і дверей в якості опори для квіткового оформлення. Квіткові люстри – ємності з рослинами на металевих утримувачах – служать прикрасою для вітальні, передпокою. Крім того, цей спосіб озеленення дозволяє залишити вільними тумбочки, столи і шафи. Що стосується розмірів квітів, то тут усе залежить від величини приміщення – чим воно більше, тим більше квітів (маленький букетик просто «загубиться» у величезному просторі). Для просторих зал підійдуть рослини у вигляді дерев з великим листям, приміром, фікус бенгальський, філодендрон, драцена. Вони заповнюють собою простір, і компенсують неадаптивність меблів.

Квіти повинні відповідати обстановці і вписуватися в дизайн інтер'єру. Яскрава зелень і насичені фарби особливо вигідно виглядають на скромному, приглушеному фоні. Квіти з великим листям краще розмістити в приміщенні, обклеєному шпалерами з дрібним малюнком, а масштабні візерунки обробки відтінятимуть ажурну зелень циперіуса або папоротей. Особливе значення при оформленні кольорами інтер'єру має кут падіння світла. Якщо рослини

розмістити в освітленому місці, їх тіні ляжуть химерним візерунком на стіні. А світло, що падає з протилежного боку, підкреслить їх абрис. Вдалим стане рішення підбору кольорів до тону меблів, шпалер, фіранок, а контрастну чорно-білу обробку освіжать соковиті яскраві фарби [25].

Квіти повинні гармоніювати і з меблюванням кімнат. Якщо меблі виконані із скла, металу, мармуру або лакованого дерева в прямих або зігнутих лініях, найбільш відповідними будуть рослини з чіткими формами: монстера приваблива, драцена, сансевієрія трьохстрічкова і гусманія. Можна також зіграти на ефекті протилежностей – підібрати рослини легкі і безпосередні, такі як рожева азалія або папороть з пір'ястим листям.

Бромелии, орхідеї, жасмин, восковий плющ затишно влаштуються серед обстановки в етнічному стилі. Це плетені меблі, меблі з бамбука, ротанга, низькі сидіння і столики, шафки невеликих розмірів. Якщо бути прихильником японської культури і намагатися відтворити атмосферу японського будиночка, необхідно звернути увагу на бамбук, бонсай і азалії. У західноєвропейський стиль, зокрема, французький і англійський, краще всього привнести ноту м'якості і ніжності, властиву камелії, цикламену. Ще можна розставити пишні і куцисті рослини, діжі з пальмами і іншими деревовидними. Озеленення зовсім не припускає перетворення її на сад або джунглі. Надмірності, як відомо, ніколи не приносять користі. Кімнатні рослини треба відбирати ретельно, зупиняючись на найвиразніших видах, які ідеально підходять до інтер'єру вашого будинку.

Крім того, слід зважати і на специфіку місця, де вони знаходитимуться. Такі приміщення, як фойє, холи, галереї, коридори і сходові клітини потребують особливих прийомів розміщення рослин. Озеленення необхідно проводити групами композицій в поодиноких квіткарках, або комбінувати по дві, три або п'ять груп. Вибір того або іншого способів залежить від габаритів приміщення. Квіткові групи розміщують між колонами, або біля стін між віконними отворами.

Найбільш зручними для цих цілей вважаються мобільні квіткарки з

синтетичними контейнерами-вкладишами, і великі підлогові вазони з кераміки. В якості альтернативи можна оформити зелені куточки, складені з різної висоти секційних контейнерів [26].

Оформлення інтер'єру рослинними декораціями не полягає лише у виборі виду, сорту, красі самої квітки або формі його листя. Придбання домашніх рослин, усвідомлення їх ролі повинні спиратися на теоретичні знання, дотримання необхідної температури, вологості повітря і міри освітлення. І це ще не усе. Ідеї і творчі задуми потребують чіткого визначення участі кімнатних квітів в загальній картині оформлення приміщення. Якщо задуму припускає розміщення великих зон озеленення, професіонали рекомендують влаштовувати їх так, щоб вони були рельєфною композицією або орнаментом, на кшталт вуличних клумб або ландшафтного дизайну.

Умілий флоризм створює свої твори так, що ці оригінальні і незвичайні декоративні елементи інтер'єру нагадують вироби пластичного мистецтва. Іноді досить однієї квітки, щоб кардинально змінити вигляд приміщення, і стати його основним «діючим обличчям». Ця квітка (солітер), має бути бездоганно складений, поміщений в живописну посудину і поставлений в те місце, яке відразу ж впадає у вічі. Не забувайте, що рослини великих розмірів (пальми, деревовидні і кущисті) краще розміщувати на низьких підставках або на підлозі, оскільки вони помітні вже здалека, а середні і маленькі підняти на високі підставки, де вони привертатимуть до себе увагу. Повзучі і в'юнкі пагони рослин кріплять до опор, які також розташовують на рівні очей.

Важливою деталлю є місткості для рослин, точніше, їх вид. Вони досить різноманітні: вишукані декоративні керамічні або пластмасові, часто прикрашені орнаментом, настільні, настінні, кашпо-вази, призначені для підвішування. У дитячих кімнатах добре виглядають яскраві кольорові кашпо. У вітальні доречні низькі вазони з кераміки різних форм і фарб, з них можна скласти химерні міні-композиції, які послужать прикрашаючим елементом. Ще один популярний вид – підвісні «кишені» з макраме.

Отже, перш ніж приступити до декоративного озеленення інтер'єру,

важливо пам'ятати, що остаточний результат залежить від трьох моментів: вибору відповідної рослини для існуючого інтер'єру, його місцезнаходження і повноцінний відхід. Організація інтер'єрів, головна роль в яких відведена кольорам, потребує певних знань і художнього смаку [30].

Специфіка функціонування готельного підприємства і контингент їх клієнтури в основному зумовлюють архітектурно-художню композицію інтер'єру, яка вирішуються ще в процесі проектування і будівництва. Навіть побудовані за одними та тими ж проектами, вони не повинні бути схожими.

У кожному готельному підприємстві має існувати дещо відмінне від іншого, своєрідне, таке, що запам'ятовується, цікаве для відвідувача і несподіване. Досягається ця мета оригінальним рішенням художньої композиції, ефектом штучного освітлення, особливостями інженерного оснащення, несподіваними колірними поєднаннями, декоративними прийомами оздоблення. Широко використовують у декоративному оздобленні інтер'єру національну своєрідність і багатство місцевих художніх традицій.

## 2.2. Психологічний аспект нестандартних дизайнерських рішень в оформленні готелів

Успіх готелю та його привабливість залежить від дизайну, саме зовнішнє оформлення впливає на те, чи захочеться клієнту бути в цьому місці, повертатися туди.

За допомогою нестандартних дизайнерських рішень в оформленні готелів їх господарі вирішують відразу кілька завдань. По-перше, оригінальний готель буде користуватися підвищеною увагою туристів, по-друге, помітно знижуються витрати на піар і рекламу. Господарі таких готелів продають не стільки зручність, скільки концепцію та враження.

Перше враження про готель завжди привносить своє забарвлення в образ і задає тон всіх наших подальших дій. Це – база сприйняття, навколо якої нервова система виробляє подальше порівняння і зіставлення фактів.

Люди люблять новинки, що-небудь таке, чого вони ніколи раніше не бачили.

Згідно маркетингових досліджень, 7 з кожних 10 клієнтів приймають остаточне рішення про вибір на користь того чи іншого товару тільки у прилавка, те ж саме відноситься і до вибору готелю.

Екстер'єр тобто зовнішній вигляд готельного комплексу має велике значення для гостей при виборі місця розміщення. Спочатку візуально приємний на вид «товар» (готель) буде в пріоритеті при вирішенні вибрати саме цей готель [18].

Крім того зацікавити гостя може якийсь предмет, деталь, архітектурна пам'ятка в готелі. Згідно з теорії «фігура і фон». Суть цього закону – в яскравому виділенні одного об'єкта на тлі інших. Людина завжди виділяє, «вихоплює» з оточення один об'єкт, при цьому інші навколишні об'єкти на якийсь час стають фоном.

Виділити готель можна за допомогою:

- ефект новизни. Людина завжди схильна швидко «вихоплювати» все нове і незвичайне в своєму оточенні, тому нестандартне, оригінальне за формою виріб буде швидко помічено покупцем. Наприклад: найвищий готель світу «Gevora» в Дубаї; найдорожчий готель світу люкс номер Royal Penthouse в готелі President Wilson в Женеві, Швейцарія вартістю \$ 68000 на добу;

- створення емоційного образу. Це як раз з'єднання мерчендайзингу і дизайну, коли дизайн торгового залу, вітрин і прилавків створює особливий настрій, емоційні образи для кращого сприйняття. Дуже важливе значення мають якість фурнітури і торгового устаткування – вони повинні відповідати якості і цінового рівня представлених товарів, оскільки покупець не поділяє сприйняття вітрини і сприйняття товару – для нього це «єдиний зоровий образ». В даний час в сфері товарів fashion (одяг, аксесуари, прикраси) панує принцип «total look» – створення закінченого образу з поєднаних елементів. Вважається, що саме при такому поданні у кожного предмета, кожного виробу з'являється свій особливий сенс в контексті цілісного образу. Наприклад:

тематичний готель для фанатів групи The Beatles, «льодовий» готель, готель для секретного агента 007 і т.д.;

– яскраві кольори. Деякі кольори розпізнаються людиною швидше за інших, наприклад: яскраві червоний, жовтий, рожевий. Вироби з камінням таких кольорів покупці побачать швидше, ніж вироби з каменями неясних або холодних відтінків. Наприклад: бутік-готель Redstone в Ризі. У кожного поверху є своя кольорова гамма: третій пофарбований у кольори Балтійського моря, четвертий – в англійський рожевий, п'ятий – в молочно-білий, а шостий називається – «Блакитна лагуна»;

– освітлення. Цікаві варіанти освітлення для надання особливої атмосфери: люстри створюють відчуття витонченості і розкоші. Для цієї мети добре підходять люстри в стилі модерн.

Усереднений, безликий вигляд простору готелю не запам'ятується і не вплине на бажання знову оселитися в готелі.

Залежно від того, на яку аудиторію орієнтується готель, проектується відповідний дизайн. Важлива кожна дрібниця: вид з вікна, стилістика, меблі, кольорова гамма. Досвідчений і талановитий дизайнер приміщень обов'язково врахує специфічні знання з психології кольору в дизайні. Ці рекомендації беруть до уваги всі кращі сучасні готелі [21].

Психологами давно встановлено, що такі елементи навколишнього простору як кольору, форми, лінії, текстури, звуки, запахи, а також різні образи і символи, – все це має вплив на емоційні стани людини, його настрій, психологічні характеристики. Різні компоненти обстановки, атмосфера в певній сукупності впливають на прийняття рішень, особливо комунікації між людьми, психологічний настрій і поведінку.

Готельний бізнес все більше привертає творчих людей як чудовий майданчик для реалізації ідей в індустрію гостинності залучаються величезні кошти, талант кращих архітекторів, дизайнерів, сценаристів для того, щоб зручність і розкіш перестали бути стандартизованими.

Концептуальний готель – це засіб розміщення з інноваційною

складовою цілісного оформлення за певною тематикою, що відрізняє його від «класичного» готелю і надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням.

У кожному готелі, що має свою концепцію, до дрібниць продумано як архітектурно-планувальне рішення будівлі, так і дизайн холів, коридорів, ліфтів і кожного номера. Тут колір, освітлення, фактура оздоблювальних матеріалів, предмети меблів і звукове оформлення детально підібрані, гармонійно поєднуючись або, навпаки, контрастуючи один з одним, з метою створення придуманого художником образу. Оригінальні ідеї, несподівані творчі прийоми, інноваційні архітектурні та дизайнерські рішення від відомих майстрів завойовують серця все нових і нових подорожуючих [3].

Створенню та функціонуванню концептуальних готелів сприяла низка чинників, які є набором суттєвих переваг перед стандартизованими засобами розміщення (див. табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Чинники, що сприяють та перешкоджають розвитку концептуальних готелів

Сприятливі чинники	Перешкоджаючі чинники
Конкретна тема, що вирізняє готель від інших	Великі матеріальні затрати на початкових етапах
Невелика кількість конкурентів за певною концепцією	Довгий термін окупності залучених коштів
Висока ймовірність залучення іноземних інвестицій	Існує ризик того, що гість не оцінить, не сприйме і не зрозуміє дизайнерських рішень і віддасть перевагу стандартному готелю
Збереження культурно-історичної спадщини, реконструкція історичних будівель	Високі тарифи на номери
Залучення представників мистецтва, стилістів, дизайнерів, що надає готельному продукту нового сенсу	Відсутність законодавчої бази та підтримки з боку держави
Орієнтація на преміум-сегмент споживачів	—
Персоніфікація обслуговування; Швидка адаптація до змін на ринку	—
Здатність впровадження додаткових послуг, що відповідають концепції готелю; диверсифікація готельної послуги	—

Оскільки сучасний мандрівник диктує туристичному ринку свої умови, щоб вижити в умовах жорсткої конкуренції, готелі змушені негайно реагувати на будь-які зміни на ринку послуг. Багато туристів шукають нові враження, і їм вже не цікаві стандартні умови сучасного готелю. Однотипні послуги, які поширені у великих готельних мережах, починають набридати туристу.

А завдяки втіленню в життя оригінальних ідей та задумок представників культури (фотографів, художників, дизайнерів) готель набуває своєї неповторності, свого власного імені. Інформація про такий готель легко потрапляє до соціальних мереж, що є активним інструментом просування бренда, а видавництва, що публікують туристичні брошури та путівники, залюбки розміщують публікацію з фотографіями про нього.

Тому головним у просуванні концептуальних готелів на ринку готельних послуг залишається дизайн інтер'єрів житлових та нежитлових приміщень готелю та архітектура будівлі.

У сучасній світовій практиці дизайну інтер'єрів актуалізується багатовекторність стилістичних підходів, зумовлених функціональними характеристиками закладів та їхнім соціальним спрямуванням. Важливого значення тут набувають регіональні та національні традиції, модні тенденції сучасної урбаністики, або ж рекреативного позаміського середовища. Окрім відомих світових брендів готельного бізнесу люкс класу, комплексний дизайн яких характеризується єдністю стилістики, у середовищі сфери обслуговування для широкого кола споживачів формуються концептуальні підходи до стилістики, спричинені конкурентоздатністю та найбільшою привабливістю для клієнтів.

Відтак, у проектуванні інтер'єрного середовища готелів у великих містах України дизайнери керуються загальносвітовими нормами та художньо- стилістичними тенденціями організації простору. Натомість, дизайн інтер'єрів готельних комплексів рекреаційних зон характеризується максимальним наближенням до етносередовища певного регіону з широким використанням народної атрибутики. Професійні характеристики дизайну та

сфери обслуговування в готелях різняться залежно від міжнародних норм класифікації готелів і передбачають систему «люкс»-класу за найбільшою кількістю «зірок», «бутік»-класу, «люксурі»-класу та відповідно найпоширеніші в світі «чотиризіркові» готелі, «бізнес»-готелі, мотелі та хостели.

Отже, у стилістиці інтер'єрів готельних комплексів у сучасній Україні можна простежити певні відмінності залежно від рівня обслуговування відповідно до міжнародних норм. Так, стилістика інтер'єрів готелів «люкс»-класу ґрунтується на засадах комплексного стилістичного співзвуччя з архітектурою, більшим розмаїттям, зокрема зверненням до певних історичних стилів вирізняється дизайн інтер'єрів готельних комплексів «бізнес»-класу, що зумовлене стихійним підходом до оздоблення внутрішнього простору в цих типах споруд [23].

Натомість найбільшого національного колориту набувають інтер'єри готельних і мотельних комплексів у рекреативних зонах України, що характеризуються апелюванням до народних традицій певного етнічного регіону України або ж певного мистецького осередку. Часто такі звернення до етнотрадицій мають лише зовнішні, формальні ознаки, що негативно впливають на загальне синтетичне звучання інтер'єрного простору готелю.

Отже, дизайн готелю створюється таким, щоб люди, які відносяться до цільової аудиторії закладу, відчували приміщення максимально підходящим і психологічно відповідним їх бажаного стану.

### 2.3. Основні фактори, які впливають на вибір готелю

В ідеальному світі процес вибору готелю для відпустки або ділової зустрічі, з безкоштовним сніданком, кращим місцем розташування та широким переліком зручностей, буде практично моментальним, ледь користувач почне пошук.

Але сьогодні формування поїздки – все ще непросте заняття, і важливу

роль в цьому процесі відіграє емоційна складова.

Це підтверджує опитування глобальної технологічної компанії Sabre, проведений через X на початку 2024 року. Він показав, що наявність мультимедійних матеріалів, таких як відеоролики і фотографії готелів і курортів, стало одним з визначальних чинників при виборі того чи іншого місця відпочинку (див. рис. 2.2). Вирішальними критеріями при плануванні відпустки є:

- відгуки інших гостей – 39%;
- фотографії – 26%;
- вартість – 24%;
- зручності – 11%

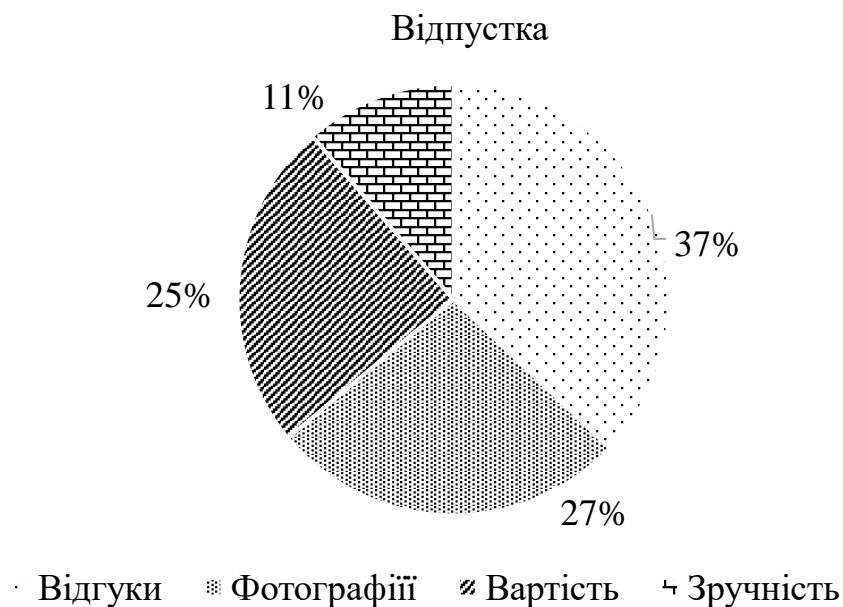


Рис. 2.2 – Критерії відпустки

Для ділових мандрівників важливі (див. рис. 2.3):

- місцезнаходження – 59%;
- відповідність готелі тревел-політики – 23%;
- ціна – 9%;
- сервіси – 9%.

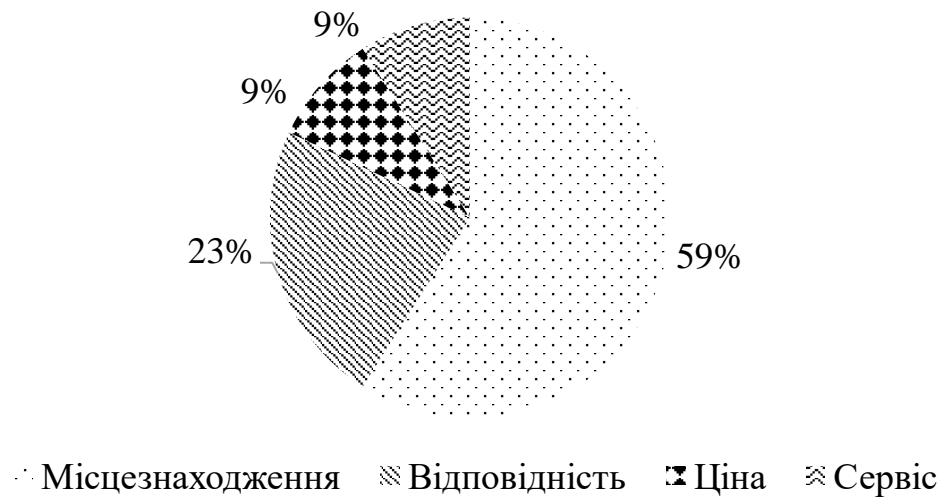


Рис. 2.3 – Ділові подорожі

У кожній країні статистика різна, так як багато ще залежить від матеріального забезпечення самої країни і її громадян.

Згідно з даними 2023 року, які були обчислені Інститутом Г'єллапа (Gallup, американський інститут дослідження громадської думки) серед факторів, що впливають на вибір готелю в США: на першому місці вартість номера (див. рис. 2.4). На другому зручність розташування. На третьому якість розміщення.

Можна дійти висновку, що стиль та зовнішній вигляд відіграє велике значення при виборі готелю, навіть вперше.

Не існує особливої формули або стратегії для залучення відвідувачів до готелю. Часом одних лише комфортних умов відвідувачам готелю стає недостатньо і вони очікують отримати від місця відпочинку щось більше – те, що дозволить їм відчувати свою унікальність [21].

Уподобання у виборі готелю в значній мірі залежить від віку.

Ніхто не буде сперечатися, що потреби і бажання людей 50-ти і 60-ти років різночудно відрізняються від потреб 20-ти, 30-ти літніх. Покоління бейб-бумерів ще слухає Елвіса, Сінатру, і Бітлз. Музичні уподобання покоління Міленіуму, швидше за все, схиляється в бік Beyonce, Eminem і Pharrell Williams. Люди у віці 60-ти років можуть бути далекими від технологічних

новинок. У той час як 30-річний не може жити без смартфона і регулярно використовує соціальні мережі і засоби масової інформації.

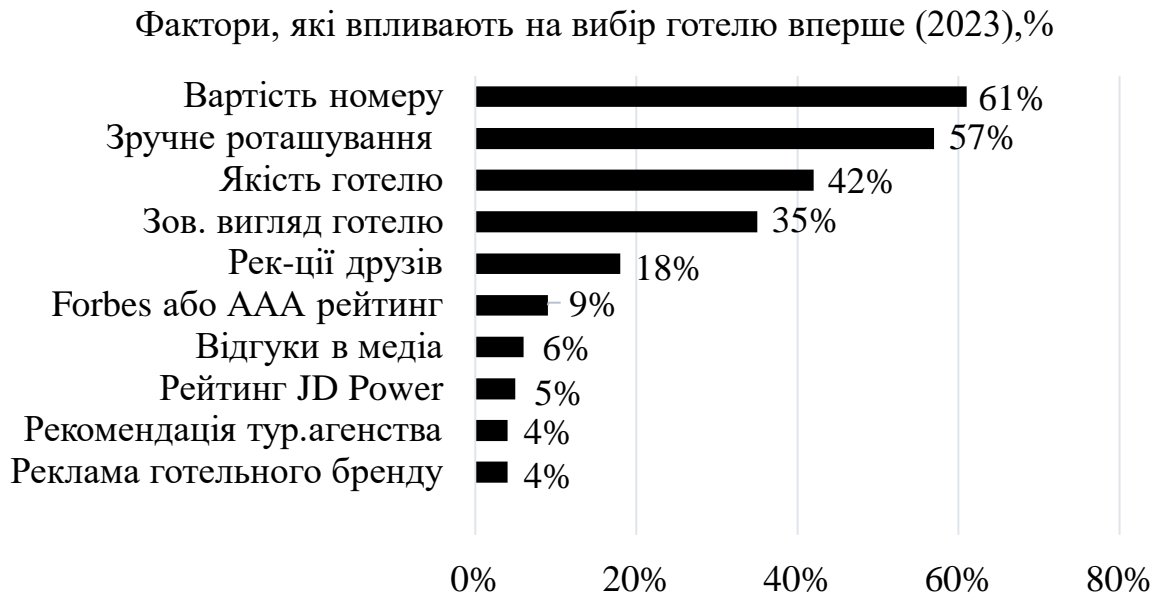


Рис. 2.4 – Фактори, які впливають на вибір готелю вперше

Мандрівники обирають готельні номери на підставі місця розташування, ціни, рівня обслуговування, і ряду інших чинників. Готелі задовольняють потреби у всіх сегментах ринку – від бюджетних до ультра-люкс. Американська незалежна компанія, що управляє Hotel Management провела дослідження в 2024 році і нещодавно опублікувала звіт, озаглавлений як «Портрет американських мандрівників». У дослідженні були проаналізовані готелі і послуги, які вважали за краще мандрівники різних поколінь. Нижче наведені загальноприйняті параметри кожного покоління:

- зрілі – фізичні особи, які народилися до 1946 року (вік 69+);
- бекі-бумери – особи, що народилися між 1946 – 1965 (вік 49 – 68);
- покоління X – особи, що народилися між 1966 – 1980 (вік 34 – 48);
- покоління Y/Millennials – особи, що народилися між 1981 – 2000 рр. (вік 14 – 33).

- **покоління Альфа:** приблизно з 2010 – 2024/2025 роки (вік 14 – 15).

Люди у всіх вікових групах віддають перевагу перебуванню в великих

мережевих готелях або готелях-курортах з перевагою 3:1 по відношенню до незалежних (приватним) готелям.

У пошуках причини, чому ж 75% всіх мандрівників воліють мережеві готелі, і тільки 25% вважали за краще б залишитися в приватному готелі, знайшлося кілька можливих пояснень. І одне з таких, що національні мережі мають досить пристойну репутацію, великі маркетингові бюджети, і підносять належний рівень комфорту для мандрівника.

Економ готелі це найменш популярна категорія в будь-якому поколінні. Тільки 12% бекі-бумерів і 13% людей зрілого покоління говорять, що вони вважали за краще б зупинитися в економ-готелі. Покоління Міленіуму (19%) і покоління Х (16%) також не прагнуть залишатися в недорогих готелях. Розумне пояснення цьому може бути таким, що більшість мандрівників вважають за краще трохи доплатити за додаткові зручності в готелях середнього цінового діапазону (див. рис. 2.5).

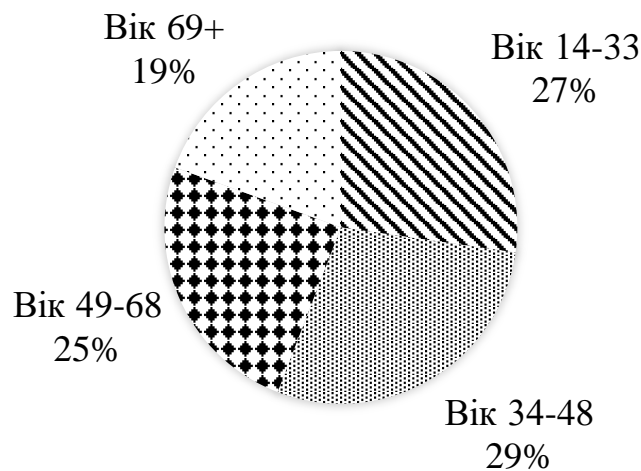


Рис. 2.5 – Вікове співвідношення при виборі готелів

Практично 72% осіб середнього покоління і 69% бекі-бумерів вважають за краще залишатися в готелях середньої цінової категорії. 61% людей покоління Х і 60% Міленіум воліють середньо цінові готелі, але, це все ж менше число, в порівнянні зі старшим поколінням.

Вік є визначальним фактором на ринку розкоші. Молоді мандрівники

віддають більшу перевагу високому класу, ніж літні мандрівники. Покоління X і Міленіум схвалюють перебування в дорогих готелях на 22- і 21%, в той час, як зрілі мандрівники (15%) і бебі-бумери (19%) менш схильні до бронювання номерів в готелях класу люкс.

Мандрівники старшого віку прихильно ставляться до відвідування сайтів великих готелів (наприклад Marriott або Hilton) на відміну від он-лайн тур-агентств (ОТА), або сайтів, які відстежують ціни в готелях.

Дослідження показує, що 58% зрілого сегмента воліють мати справу безпосередньо з менеджером готелю, в той час як лише 15% вважають за краще шукати найнижчу ціну через інтернет. Тільки 40% з покоління Міленіуму воліють бронювати номери безпосередньо на сайті готелю. Можливо, старшому поколінню більш звично мати справу безпосередньо з готелем, в якому вони планують залишатися, а не звертатися до сторонніх посередників [22].

З іншого боку, молоде покоління вважає, що зручніше і дешевше користуватися послугами з ОТА. Але справа в тому, що досить простого телефонного дзвінка, щоб зрозуміти, що ціна на номер в готелі відповідає заявленій ОТА.

Для бебі-бумерів і зрілого покоління вартість номера в готелі має більш важливе значення, ніж для представників Міленіуму і X-покоління. До того ж зрілі мандрівники враховують свій минулий досвід з тієї чи іншої готелем, що є важливим фактором при прийнятті рішення про бронювання номера. Але і більш молоде покоління мандрівників вважає, що місце розташування готелю і вартість номерів є більш впливовими факторами у визначенні, де зупинитися.

Покоління X, бебі-бумери, і ті, хто народився до 1946 року всі згодні, що головною особливістю відвідування веб-сайту готелю є можливість розглянути номери і готель в цілому. З іншого боку, молоде покоління вважало візуальні аспекти веб-сайту готелю більш привабливими. Покоління Міленіуму відвідує сайти готелів більше для перегляду фотографій, ніж для перевірки цін. Добре розроблений веб-сайт з великою кількістю красивих і

якісних фотографій, інформації про екологічну обізнаності і цікавий контент є найкращим способом, щоб привернути увагу представників покоління Міленіуму.

Якщо говорити про готелі в центрі міста, яка обслуговує бізнес-мандрівників, або готель недалеко від великого аквапарку, який надає житло для випадкових мандрівників, готельєри повинні звернути увагу на вік своїх клієнтів. Неможливо створити однакові умови, бажані для будь-якої вікової групи, адже існують значні відмінності навіть між мандрівниками в віці 50 років і мандрівниками старше 50 років.

Тож, можна побачити, що в Україні є дуже багато цікавих готелей, які зацікавлять найвибагливішого та найдосвідченішого мандрівника, але нажаль готельна сфера України зазнала змін в останні роки. Попит на готельні послуги зосереджено у чотирьох основних категоріях клієнтів (див. табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Категорії клієнтів

Група	Характеристика
Перша група	це відомі бізнесмени, політики, люди творчості, суспільне становище яких не дозволяє опускати планку нижче 4 – 5 зірок.
Друга група	керівники середньої ланки, фахівці і іноземних, а також вітчизняних компаній. Їх вимоги до «зірковості» готелю менш жорсткі – вони можуть поселитися в готелі як 3 зірки, так і в 5 зірок. Вирішальне значення тут має рівень сервісу. Цінові переваги цього сегмента 120 – 250 \$ на добу;
Третя група	вітчизняні відрядні, яких за статистикою за останні 2 – 3 роки стало більше. Але фінансові можливості таких клієнтів далеко не однорідні, від 75 до 200 гривень, що дозволяє вибирати між 2-х зірковими і 3-х зірковими готелями, гуртожитками готельного типу, послугами приватного сектора.
Четверта група	це іноземці та вітчизняні туристи. Такі клієнти обирають від «люксів» у 3 зірковому до номерів у 5-ти зіркових готелях. З вітчизняних туристів 60% – це діти і студенти, зазвичай з обмеженими фінансовими можливостями, тому часто вони обирають гуртожитки і приватні квартири.

Жоден турист не може мандрувати по світу без зупинок на відпочинок. Варіантів для привалу на сьогоднішній день існує безліч: від дешевих хостелів до фешенебельних готелів, які лякають своєю дорожнечою і нав'язливим сервісом. Але є і такі готелі, які підкорюють, перш за все, своєю родзинкою і доступністю для будь-якого гаманця.

#### Висновки до розділу 2.

Існує категорія гостей, для яких новизна та оригінальність готельного продукту – найважливіший мотив для здійснення поїздки і розміщення в тому чи іншому готелі. Ці клієнти ніколи не виберуть традиційні варіанти розміщення і не будуть розміщуватися рік від року в одному і тому ж готелі. Їх приваблює новизна, сучасне і високотехнологічне обслуговування, постійна зміна обстановки. Вони жадають спожити ті продукти і послуги, інформація про яких тільки що промайнула в засобах масової інформації.

Сучасний мандрівник шукає не просто місце, де він переночує або скоротає час в перервах між культурною програмою. Зараз туристи все частіше вибирають готелі, які переносять їх в нестандартну атмосферу і мають свої унікальні особливості.

Тематичні інтер'єри є іншим важливим аспектом, який дозволяє гостям пізнати унікальну атмосферу та місцевий колорит. В цьому контексті на особливу увагу заслуговують дизайнерські рішення, що відображають елементи місцевої культури, історії або інші місцеві особливості.

Індустрія гостинності, схоже, ніколи не зупиниться. Навіть в містах, де повно розкішних готелів, з'являються нові готелі.

## РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ РІШЕНЬ У ІНТЕР'ЄР ГОТЕЛЮ «RANDEVU» М. ЖИТОМІР

### 3.1. Дослідження інтер'єру готелю «Randevu»

Через велику кількість конкурентів на ринку кожному готелю слід мати своє власне обличчя, унікальну особливість, що відрізняє його від інших і робить його унікальним. саме з цієї причини готельні оператори створюють бренди, які доповнюють специфічними художніми композиціями, ефектним штучним освітленням, декоративними прийомами оздоблення, впроваджують інноваційні додаткові послуги, завдяки чому поширюють ідею дизайнерських рішень.

Готель «Randevu» розташований за 15 хвилин їзди від центру Житомира. До послуг гостей готелю «Randevu» – бізнес-центр, 2 бенкетні зали та масажний кабінет.

Світлі номери оснащені кондиціонером та телевізором з плоским екраном, кабельними і супутниковими каналами. Ванні кімнати укомплектовано феном та безкоштовними туалетно-косметичними засобами.

В готелі відкрито ресторан із обслуговуванням по меню. Дієтичні страви подають за запитом. Після насиченого дня гості можуть відпочити за келихом улюбленого напою у лобі-барі, який працює цілодобово та без вихідних.

Перших своїх гостей готель зустрів в 2013 році. Складається готель з 54 номерів різних цінових категорій – стандарт (40 номерів від 864 грн.), покращений стандарт (7 номерів від 996 грн.), напівлюкс (4 номери від 1296 грн.), люкс (2 номери від 2292 грн.), апартаменти (1 номер від 3692 грн.). Кожен номер оформлений в класичному індивідуальному стилі і оснащений комфортними меблями і технікою, щоб створити найкращі умови під час перебування в готелі.

У ресторані готелю «Randevu» гостей приємно здивують вишуканими стравами європейської та української кухні. Інтер'єр витриманий в

класичному стилі, світлий затишний зал в молочно-персикової гамі відразу огортає приємними хвилями спокою кожного прибулого, а щовечора, крім понеділка та неділі, звучить жива музика. Ресторан має 4 зали місткістю від 4 до 140 осіб, що дає можливість проведення свята будь-якого формату: романтичного застілля, невеликого званої вечері або розкішного багатолюдного бенкету [28].

Для проведення семінарів, тренінгів та нарад діловим людям запропонують скористатися послугами конференц-залу, який може розмістити до 70 осіб. Важливий і висококваліфікований персонал надасть допомогу в будь-яких питаннях. Зручне розташування, високий рівень сервісу та просторі комфортні номери – все це забезпечить гостям готелю «Randevu» найкращі умови для відпочинку.

Розглянемо докладніше оформлення приміщень. Потрапляючи в світлий вестибюль готелю, відчувається турбота про гостей. Завдяки світлим тюлям, якими оформлені вікна в холі стає світліше і затишніше, а також навісні стелі. У холі стоїть стійка адміністратора, всі меблі виконані з натурального дерева. Передбачена зона відпочинку для гостей – диван, журнальний столик та стіна з круглими дзеркалами. Використовується штучне і природне освітлення та озеленення. Послуг гостей також надається безкоштовна парковка на території готелю.

Основний елемент житлової частини є готельний номер, що складається з житлової кімнати, передній і санітарного вузла. В оформленні номера люкса використовувалася класична біло-бежева гамма, на підлогах м'які килими, меблі з натурального дерева, все покликане створювати атмосферу домашнього затишку.

Підприємство харчування – ресторан має 4 зали місткістю від 4 до 140 осіб. Використовується штучне і природне освітлення. Організуються банкети, ділові обіди і вечері, в денний і вечірній час в обідньому залі готелю, сніданок безкоштовний. В оформленні використані навісні стелі, порт'єри. Інтер'єр витриманий в біло-бежевій гамі. Також є лобі-бар. В оформленні бару

можна побачити елементи популярного зараз в оформленні барів, стилю хай-тек: використовується пластик, скло, нержавіюча сталь. Кольорове рішення повторює оформлення ресторану – поєднання бежевого і білого та коричневого [12].

Для того, щоб дізнатися думку людей (потенційних клієнтів) про інтер'єр даного готелю було проведено дослідження. Мета дослідження – оцінка клієнтами готелю інтер'єру даного готельного підприємства. Було розроблено кілька блоків, кожен з яких, характеризує певне приміщення готелю – хол, номер, ресторан. Всього було опитано 50 осіб, з них чоловіки – 27 осіб, жінки – 23 особи. Великих розбіжностей в їх думці не спостерігалось, тому будемо розглядати загальні результати. Оцінка інтер'єру проводилася за оціночною шкалою від 1 до 5 балів, що відповідає: 1 – дуже не подобається, 2 – не подобається, 3 – нейтральне ставлення, 4 – подобається, 5 – дуже подобається.

Розглянемо отримані результати, відображені на рисунках у вигляді гістограм. Хол. Оцінка загального враження від холу представлена на рис. 3.1.

Практично половина опитаних (46%) відноситься до холу нейтрально, або він їм подобається (46%), але не викликає сильних позитивних емоцій.

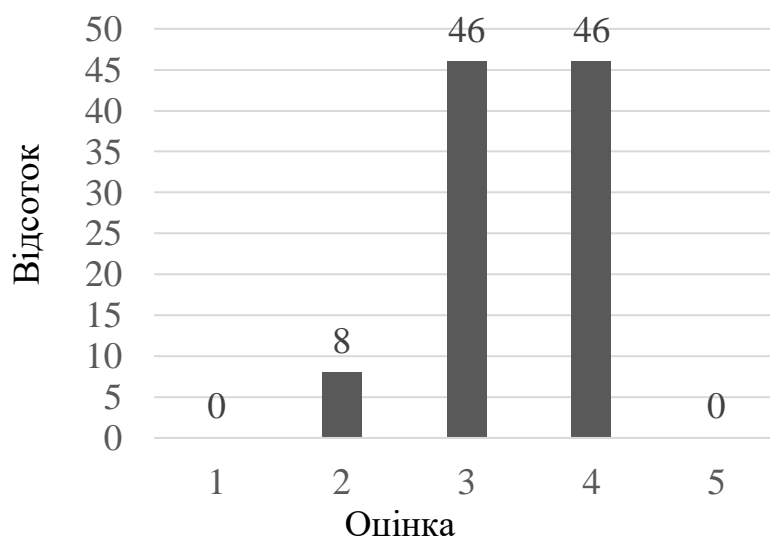


Рис. 3.1 – Холл, загальні враження

Стійка адміністратора викликала практично таке ж ставлення як і хол в цілому але тим не менш 12% опитаних оцінили її за вищим балом. Але 8% як і в попередньому питанні висловили своє неприйняття. Дані представлені на рисунку 3.2.

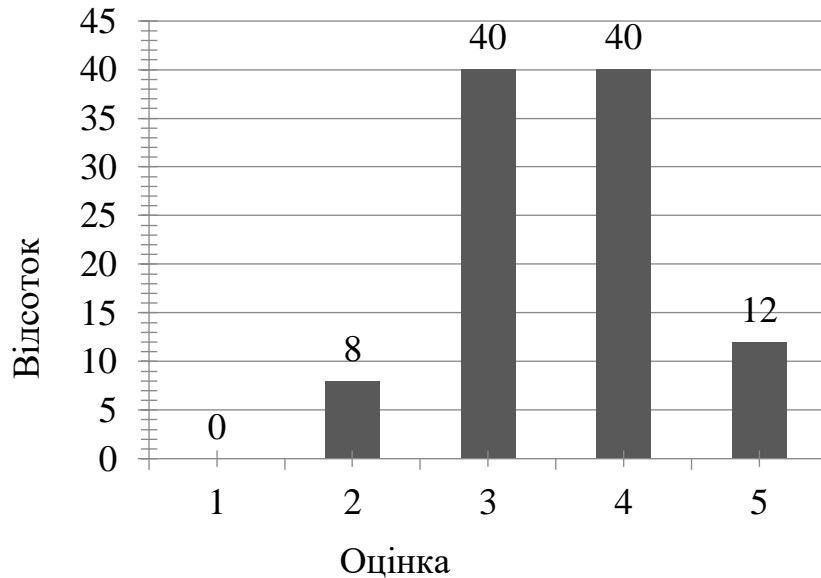


Рис. 3.2 – Стійка адміністратора

Кольорове оформлення холу викликало різні оцінки клієнтів, більшість опитаних (40%) проте влаштовує обрана колірна гамма (див. рис. 3.3).

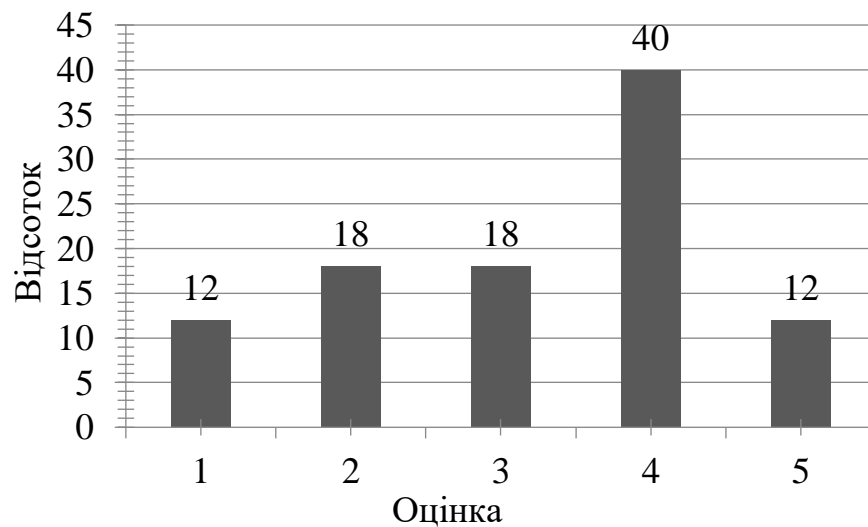


Рис. 3.3 – Кольорове оформлення холу

Більшість опитаних цілком влаштовує освітлення холу (40% і 36%).  
Результати представлені на рисунку 3.4.

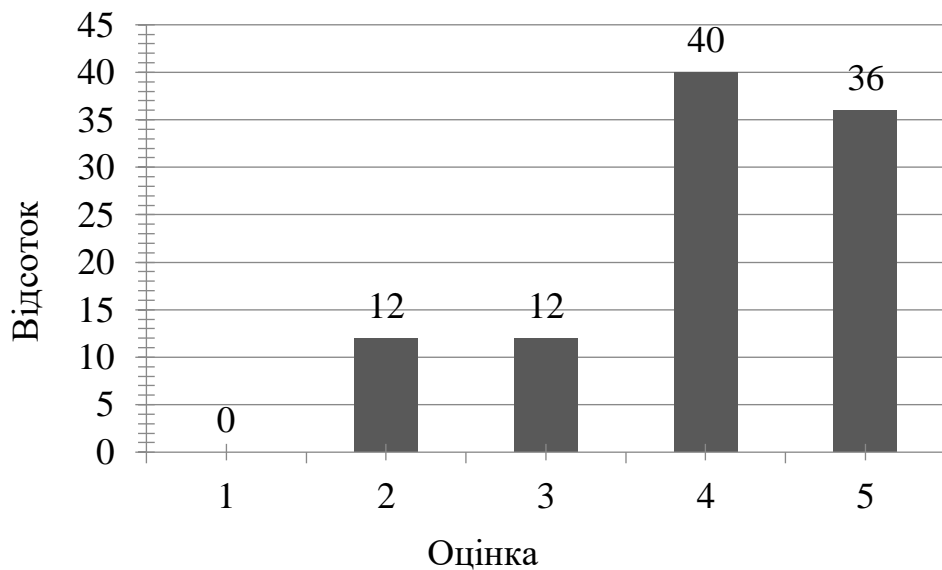


Рис. 3.4 – Освітлення холу

Загальне враження від номера стандарт: 40% – нейтральне, 40% – подобається, 14% – не подобається, 6% – дуже не подобається (див. рис. 3.5), через велику кількість червоного кольору в оформленні, довге перебування в якому буде дратувати та впливати на інстинкт самозахисту та емоційної агресії.

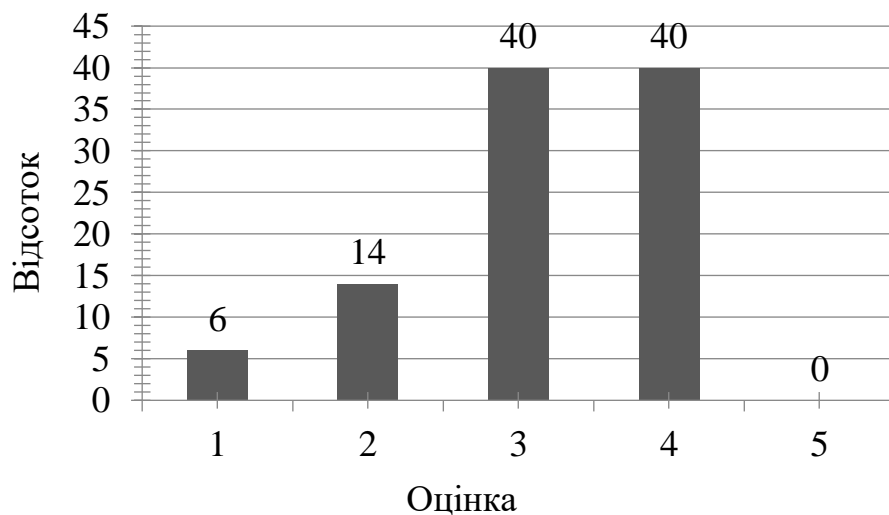


Рис. 3.5 – Номер стандарт

Меблі в номері викликали у більшості респондентів нейтральну оцінку, у 30% – неприйняття, тільки 10% опитаних вона припала до смаку (див. рис. 3.6).

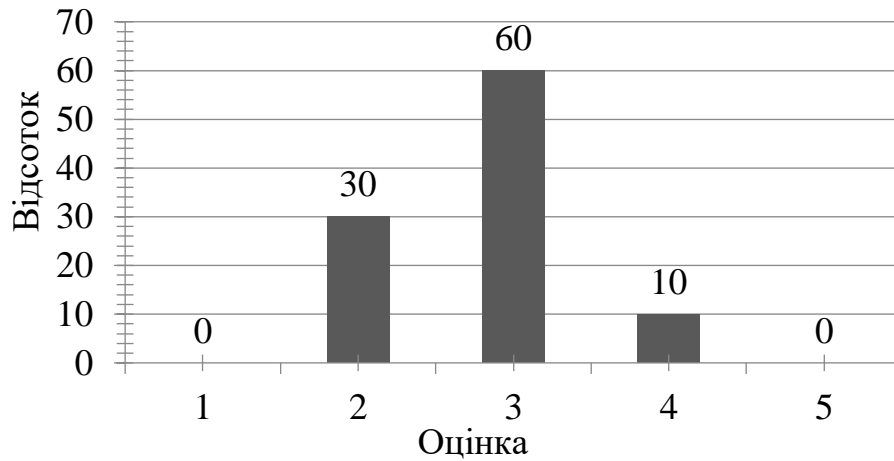


Рис. 3.6 – Меблі в номері

Освітлення номера викликає гарну оцінку у 40% опитаних, за 24% ставляться до нього нейтрально, або знаходять його відмінним (див. рис. 3.7).

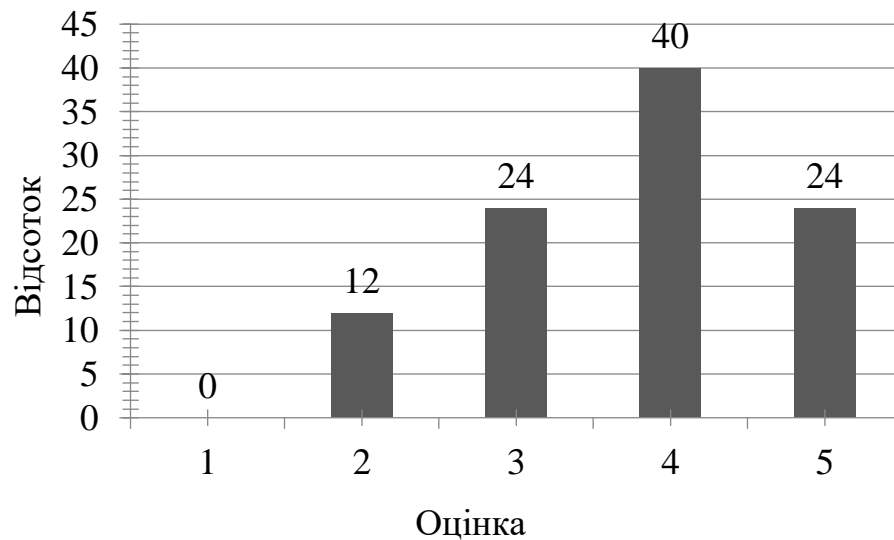


Рис. 3.7 – Освітлення в номері

Оформлення номера у більшості опитаних викликало байдужість (70%). Результати представлені на рисунку 3.8.

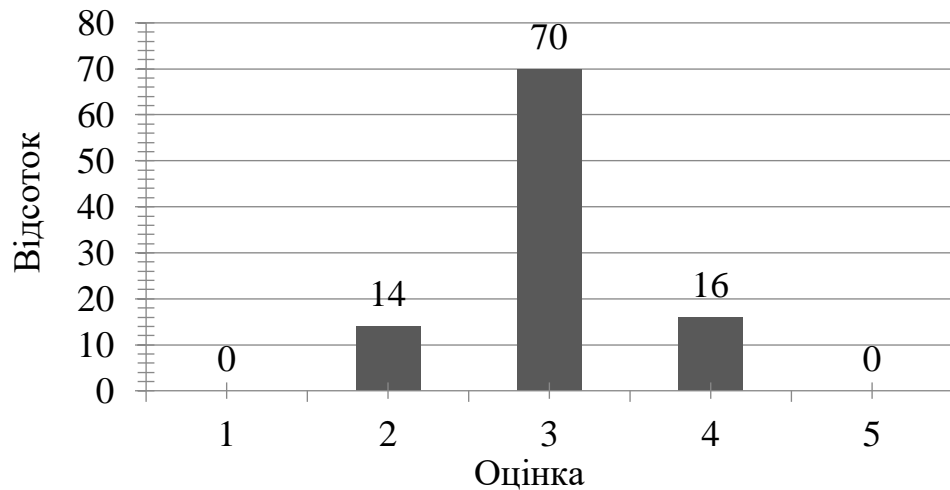


Рис. 3.8 – Оформлення номера

В цілому ресторан створює добре враження у більшості респондентів (46%), 18% воно навіть дуже подобається, 36% ставляться нейтрально (див. рис. 3.9).

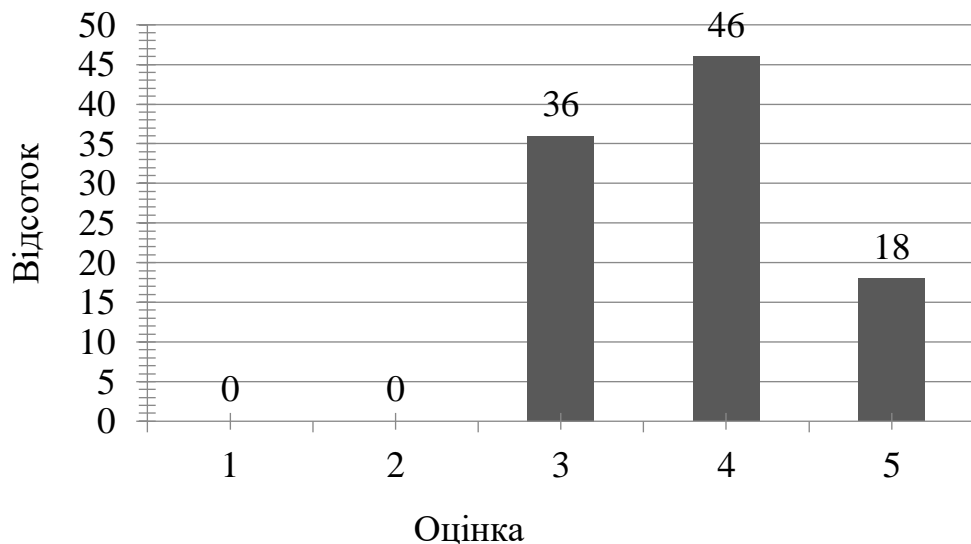


Рис. 3.9 – Ресторан, загальне враження

Більшості опитаних сподобалося кольорове оформлення ресторану (46%), але є і ті, кому дуже не сподобалося (6%) (див.рис. 3.10).

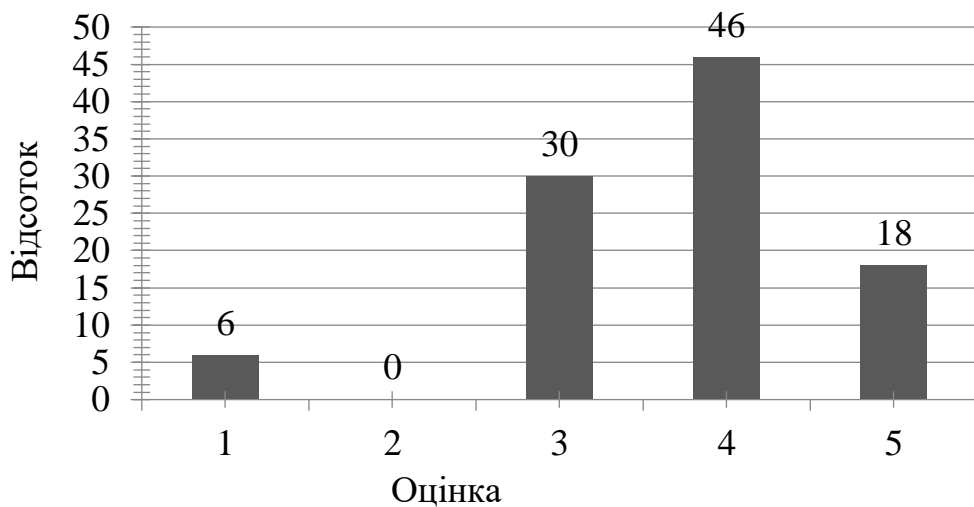


Рис. 3.10 – Кольорове оформлення ресторану

Також в кінці опитування респонденти вказали свої пропозиції та побажання. Виходячи з даних отриманих в дослідженні, можна зробити наступні висновки:

- більшість респондентів цілком влаштовує хол готелю освітлення, колірне рішення і т.д.;
- номер викликає неоднозначну оцінку – освітлення отримало позитивну оцінку, але є зауваження до меблів і оформлення номера;
- ресторан в цілому оцінюється позитивно і його інтер'єр влаштовує відвідувачів;
- серед побажань клієнтів є конкретні рекомендації і прохання організувати додаткові послуги (тренажерний зал).

Проаналізувавши результати дослідження інтер'єру готелю «Randevu» можна надати наступні рекомендації:

- використовувати в номерах фітодизайн, нові колірні рішення, надати їм індивідуальність і домашній затишок;
- створити тренажерний зал.

Клієнти даного готелю відчувають атмосферу гостинності, але її можна покращити за рахунок правильно продуманого інтер'єру.

Виявлено, що не можна виділити конкретного стилю в оформленні усіх готельних підприємств, найчастіше вони самостійно вирішують проблему оформлення інтер'єру, не покладаючись на допомогу дизайнерів, що можна пояснити браком коштів і невеликим номерним фондом. Також розглянуто конкретний інтер'єр готелю «Randevu», проведено дослідження оцінки даного інтер'єру готелю. На основі цього зроблено висновки, рекомендації та розроблений інтер'єр.

### 3.2. Розробка та характеристика інтер'єру для підвищення атмосфери гостинності та ефективності співробітників готелю «Randevu»

В даний час в усьому світі висувають високі вимоги до готельного інтер'єру. І це абсолютно виправдано. Інтер'єр створює в готелі сприятливу атмосферу, яка необхідна гостю для повноцінного відпочинку. Інтер'єр створює перше враження про готелі, важливість якого безперечна. Через дизайн інтер'єру виражається ставлення до гостей, турбота про комфортне перебування гостя у вашому готелі. Відчуття затишку, гармонії, краси, розкоші можна створити за допомогою інтер'єру.

Як стверджує Волков: «У різних культур своє уявлення про комфорт і розкоші. Скільки народів – стільки й видів внутрішнього дизайну, мають різноманітні напрямки в оформленні місць перебування». У міру розвитку суспільства змінювався дизайн архітектури і меблів відповідно до тих чи інших стилів [7].

Основними елементами цього інтер'єру буде сірий колір, вбудовані акваріуми та дзеркала, ще головним чином буде зроблена увага на ремонтпридатність і взаємозамінність деталей інтер'єру. Що дозволить зекономити кошти.

Відомо що предмети готельного інтер'єру використовуються досить інтенсивно, причому найчастіше, гості не виявляють особливої акуратності у використанні. Таким чином, рано чи пізно деталі інтер'єру вимагають

ремонту, реставрації або заміни й це призводить до додаткових витрат коштів. При цьому ремонт повинен бути здійснений таким чином, щоб виглядало так само ново, як в перший день свого відкриття. Великою перевагою деталей інтер'єру є можливість заміни їх зіпсовані частин. Наприклад, фасадів шаф, тумбочок, дверей душових кабін. Якщо неможливо провести косметичний ремонт або заміну деталей предметів інтер'єру, повинна існувати можливість повної заміни зіпсованого елемента готельного інтер'єру. Іноді це зробити досить складно. Наприклад, у випадках, коли готельний номер оснащений дизайнерськими речами.

Розпочнемо з кольору, а саме переглянемо його переваги.

- Сірий відмінно поєднується з усіма іншими квітами і відтінками.
- Допомагає розбавити і нейтралізувати занадто яскравий і «кислотний» інтер'єр.

- При використанні в якості фонового допомагає посилити інші кольори.

- Підходить для будь-якого приміщення.

- Заспокоює і утихомирює, дарує гармонію і згладжує конфлікти.

Різноманітність відтінків сірого дозволяє використовувати відразу кілька тонів в оформленні інтер'єру. Переходи від світлого до темного допоможуть зонувати приміщення або ж зробити акцент на окремих його частинах. Найчастіше сірий колір як основний вибирають для спокійних віталень, кухонь, офісів і спалень. Добре підійде цей колір для кабінету або робочого простору, так як допомагає максимально зосередитися.

У вітальні, холі та коридору сірий як основний допомагає створити приємну атмосферу. А щоб інтер'єр виглядав більш живим, можна використовувати яскраві кольорові акценти – наприклад, яскраво-блакитні, зелені або малинові диванні подушки. Також відмінно на тлі сірих стін виглядають журнальні столики і книжкові полиці зі скла і металу, а також дзеркала [27].

У спальні сірий створює атмосферу спокою й умиротворення, допомагає швидше засипати і краще відновлюватися під час сну. Сіра спальня підійде для

тих, хто цілий день проводить в напрузі, і ввечері хоче максимально абстрагуватися від турбот. Але, щоб кімната не навіювала сумні думки, сірий як основний колір в спальні краще розбавити білим або м'якими відтінками інших кольорів.

Таблиця 3.1 – Характеристика сірого кольору

Загальна характеристика сірого кольору	
Фізичні характеристики	Відстань – збільшує Об'єм – розширює, збільшує простір Маса – нейтральна Температура – може бути як теплим, так і холодним Рух – не впливає на рух, символ нерухомості
Психологічні характеристики	Позитивні: інтелект, постійність, безпека, надійність, практичність, скромність, реалізм, розсудливість, гармонія, стриманість, умиротворення, спокійність, професіоналізм. Негативні: заздрість, роздвоєність, зарозумілість, відстороненість.
З чим асоціюється	Срібло, хмари, туман, миша, нерухомість, метал, прогрес, асфальт, графіт, спокій, мудрість, старість, аристократизм, непомітність, зарозумілість, консерватизм, заздрість, елегантність, шляхетність, нейтральність.
Яким людям підходить	Підходить тим, хто цінує шик, прагне до аристократизму в інтер'єрі, а також тим, хто хоче знайти гармонію. У кольоротерапії рекомендується використовувати сірий колір людям, які страждають безсонням – адже він сприяє розслабленню і глибокого сну.
Приміщення	Сірий колір універсальний: при правильному поєднанні з іншими кольорами підходить для інтер'єру будь-якого приміщення.
Стиль інтер'єра	Лофт, хай-тек, модерн, мінімалізм, прованс.
Кольорова гамма, поєднання сірого з іншими кольорами	
Монохромна гамма	Білий, чорний
Контрасна гамма	Немає
Нейтральна гамма	Поєднується з усіма кольорами

Сірий відмінно поєднується з будь-яким кольором, при цьому в залежності від відтінку він може посилювати або пом'якшувати його. Сам же

сірий теж може виглядати по-різному на тлі інших кольорів.

Найпопулярніші поєднання.

Сірий народжується в поєднанні білого і чорного, тому саме в сусідстві з ними він повністю розкриває свої властивості. Монохромні інтер'єри – річ популярна. Вони виглядають мінімалістично і просто, але в той же час урочисто і багато. Особливо вдало поєднання трьох кольорів виглядає в дизайні кухні. Ще один величезний плюс – такий варіант немаркий, на відміну від білосніжного, де відразу ж замітка кожна пилінки або крапелька напою.

Триколірні монохромні кімнати – вишукані та стильні. Тут сірий допомагає врівноважити контраст між чорним і білим, роблячи перехід між ними плавним і комфортним для сприйняття. Тут відмінно підійдуть теплі тони сірого, використовувані для м'яких меблів, а також металеві поверхні і елементи декору.

Сірий і бежевий – одне з найкомфортніших для сприйняття поєднань. В цьому випадку кольори будуть врівноважувати один одного. У чистому вигляді цей тандем доречний для спальні. Для інших приміщень краще оживити обстановку яскравими деталями.

Сірий і коричневий. Поєднання дерева і металу виглядає стильно, але це – не єдиний можливий варіант. Коричневий зігріває сіре приміщення, вносить нотки тепла і гармонії, робить вітальню, хол або спальню більш затишною і домашньою. У свою чергу сірий розбавляє і нейтралізує надлишок коричневого, який іноді може здаватися занадто похмурих і гнітючим. При цьому самий вирашаний варіант – як і з бежевим, використання прохолодних відтінків сірого з теплим коричневим [28].

Сіро-синій сприймається дуже комфортно – через близькість за кольоровим діапазону. Він надає приміщенню вишуканість, і в той же час створює розслаблюючу обстановку. З глибоким синім сірий створює урочисту обстановку. Тому цей варіант відмінно підійде для вітальні, холу або для робочого кабінету. Світлі відтінки синього створюють атмосферу прохолоди і відпочинку, умиряють, тому такий тандем буде відмінно виглядати в

спальні. «На руку» такого варіанту грає невелика контрастність. Тому поєднання виглядає дуже гармонійним і приємним.

Сусідство з блакитним робить сірий більш яскравим, хоча і охолоджує його. Для південних приміщень це відмінний варіант. А ось для прохолодних північних з блакитним краще пошукати теплі тони. Блакитний виглядає більш глибоким на тлі металевого сірого. А оживити обидва варіанти – поєднання сірого і з синім, і з блакитним – допоможуть нотки як чисто-білого, так і молочного кольору [28].

Сірий і зелений. Використання цих двох кольорів дозволяє перетворити приміщення, зробити його більш просторим і яскравим. Особливо якщо зелений вибрати для штор та текстилю. Поєднання зеленого з сірим найчастіше можна зустріти в затишних яскравих віталень, холах, коридорах і кухнях.

Сірий і червоний. Це поєднання виглядає більш м'яким в порівнянні з чорно-червоними інтер'єрами. Сіро-червоний варіант оформлення додасть приміщенню аристократичну вишуканість, допоможе зробити червоний не таким напруженим і дратівливим. Найкраще з сірим гармоніюють темні тони: вишневий, бордо, рубіновий червоний. Це поєднання можна використовувати як варіант основної обробки, так і використовувати один колір для оформлення, інший – для меблів і аксесуарів.

Сірий і жовтий. Єдність протилежностей – бадьорий жовтий і заспокійливий сірий – дійсно чарівний тандем. Сіра меблі допоможе зробити яскраво-жовтий інтер'єр більш прохолодним. А жовті акценти підкреслять вишуканість і величність сірого. Найчастіше це поєднання використовується в оформленні віталень, а також кухонь і спалень.

Сьогодні мистецтво застосування дзеркал у приміщенні знаходить нове дихання: дизайнери усвідомили, що поверхня, здатна відбивати навколишню дійсність, це найпотужніший інструмент у вирішенні таких проблем, як дефіцит метрів, незручності планування і інші архітектурні недоліки житла. Дзеркало поступово перестає бути суто утилітарним предметом інтер'єру.

Безперечно, дзеркало, як ніякий інший елемент інтер'єру, дає можливість правильно розподілити джерела світла і його відображення і тим самим істотно розсунути зорові рамки приміщення, створити ілюзію нескінченності простору.

Так, в передпокої дзеркало зазвичай розміщують ближче до вхідних дверей, а то і прямо на ній, що дозволяє збільшити простір вхідної зони, як правило, досить скромне. В цьому випадку незамінні шафи-купе з дзеркальними дверцятами. Якщо розташувати їх один навпроти одного і підсвітити верхнім і бічним світлом, виникне відчуття того, що стіни розступаються.

Дзеркало може стати гармонійною частиною і навіть смисловим стрижнем інтер'єру будь-якої вітальні, надати йому закінченість і зачарування. Піймати відображення святкового столу, свічок, новорічної ялинки – і гарний настрій примножиться. До речі, безпосередньо поруч з картиною дзеркало краще не вішати, а ось на тлі килима воно буде виглядати, навпаки, вирашно.

Сьогодні все популярнішим стає використання в інтер'єрі кімнати не одного, а декількох дзеркал. Призначення таких дзеркальних конструкцій – не точне відображення дійсності, а створення нового образу приміщення, незвичайних ефектів, пов'язаних із заломленням світла.

Дизайнери продовжують сперечатися про те, чи потрібно робити дзеркальним стелю. З одного боку, постійно бачити себе шкереберть протиприродно, з іншого – для приміщень з низькими стелями це оптимальний спосіб позбутися від відчуття бетонної плити над головою. Сама площину дзеркала теж піддається дизайнерським експериментам: її всіляко розмальовують, «зістарюють», надають кольоровість, використовують відображають властивості листового металу. Втім, вічно популярними залишаються дзеркала в дерев'яних рамах – дуб або горіх з мінімумом декору і позолоти надають інтер'єру респектабельність [21].

Дзеркала гарні для будь-яких приміщень, але особливо виправдані

експерименти з відбивання світла в невеликих приміщеннях з малою кількістю вікон. У такій ситуації дзеркало, без перебільшення, рятує інтер'єр: ловить скупе світло і щедро насичує їм житлову зону. Однак, для того щоб дзеркало «працювало», його необхідно повісити в правильне місце. Дзеркало – це не тільки елемент інтер'єру і незамінна в побуті річ, а й предмет, оповитий містикією. Воно не просто розсовує стіни будинку зсередини і створює нові ракурси, але й, розкриває перед нами таємну симетрію світобудови.

Щоб додати до інтер'єру відчуття єднання з природою використаємо живі, сухі акваріуми, бульбашкові панелі та лавові лампи.

Акваріум в інтер'єрі – це універсальний спосіб внести різноманітність в монотонний дизайн, додати енергію води в кімнату що виконують кілька функцій. Це і чудовий спосіб облаштувати куточок для релаксації, і можливість створити оригінальний акцент, і спосіб розмежувати приміщення на окремі зони. Таке функціональний пристрій можна замовити за індивідуальними ескізами або придбати готову модель [2].

Акваріум стабілізує мікроклімат в приміщенні і очищає повітря. Таким чином, наявність акваріума або в житлових приміщеннях, або в громадських місцях значно покращує духовний стан людей, що знаходяться там, підвищує їх настрій, позитивно впливає на здоров'я.

Тема акваріумів в інтер'єрі різноманітна. Розглянемо акваріуми за типом розміщення які пропонуємо використовувати;

– стаціонарні чи вбудовані – акваріумна конструкція, яка монтується в стіну, меблю, підлогу або перегородку наскрізь. Сьогодні на ринку можна знайти типову меблю з вбудованим обладнанням (тумби з акваріумом), готові вироби, призначені для монтажу в стінній ніші або реалізувати свій власний проект за індивідуальним замовленням. З їх допомогою можна кардинально змінити на краще дизайн будь-якої кімнати;

– кутові моделі ідеальні для кімнат невеликої площі: вони візуально розширюють і полегшують простір;

– «Острів» розташовується в центрі кімнати (як правило, це великий

циліндричний посудину, встановлений на підлозі) і видно з усіх боків. Такий варіант розташування підійде для облаштування інтер'єру великої вітальні або холу в офісному центрі.

– підвісні кріпляться на стіну або до стелі спеціальними тросами, не захаращують приміщення

Сухий акваріум – декоративна імітація. Якщо відповідати просто, то це такий «фальш-акваріум», а точніше декоративна композиція з каменів, морських раковин, коралів і інших матеріалів за склом, яка є лише імітацією. Він виготовляється зі скла або оргскла. Простір усередині заповнюється черепашками, піском, штучними рослинами, камінням і при бажанні може імітувати як підводне царство, так і, наприклад, піщані бархани або сад каменів. Важливий елемент такого акваріума – внутрішнє освітлення. Такий акваріум невибагливий в догляді, а інсталяцію всередині при бажанні легко змінити [3].

Будь-яку нішу в стіні або підлозі можна облаштувати у вигляді сухого акваріума. Розрізняються вбудовані і виносні конструкції. Такі моделі набагато легше традиційних, тому що не наповнюються водою, і не вимагають ніякого спеціального догляду. Саме ці переваги забезпечили популярність даних виробів. Їх набагато простіше повісити на стіну, вбудувати в перегородку з гіпсокартону або розташувати в підлозі під загартованим склом. У сухих акваріумах можна обладнати світлодіодне підсвічування, пузиркові панелі, лавові лампи, створивши ілюзію водного середовища, а також у заз'ємною панелю у вас буде доступ до комунікацій, що полегшить доступ ремонтним роботам у випадках якщо це знадобиться.

Великою роллю є те як оздоблений всередині акваріум. Звичайне обладнання зі стандартним набором рибок вже не дивують нікого і не привертають уваги. Варіанти внутрішнього оформлення акваріума можуть поєднуватися з тематики композиції з інтер'єром або, навпаки, створювати яскравий акцент. Дизайн внутрішньої частини конструкції залежить від ваших можливостей і фантазії [19].

Найбільш поширені композиції для внутрішнього декорування:

– Річкова і морська тематики найбільш популярні. Реалістичне або художнє зображення морського дна з водоростями, коралами, рифами й підводний грот створять ілюзію «підводного царства». Якщо вдатися до спрощення, то можна сказати, що зелені акваріуми відносять до групи прісноводних (річкових), а яскраві і кольорові – це морські.

– Пейзажі природні і урбаністичні (наприклад, імітація французького кафе). Чудово виглядають композиції в стилі японського мінімалізму з камінням і гілками дерев або гірські ландшафти. Природні пейзажі відносять до окремої групи декорацій, яка називається «акваскейп».

– Скульптурні або архітектурні ансамблі. Це можуть бути античні міста під водою або будь-які неординарні скульптури.

Акваріум в інтер'єрі готелю створює на робочому місці атмосферу дивно різноманітного світу живої природи. Це допомагає пом'якшити офіційну обстановку, зняти напругу, тому що вид води надає розслаблюючу дію на людину. Найкраще розміщувати в зоні очікування клієнтів, що дозволяє підтримувати сприятливий емоційний фон в приміщенні, а також співробітники та гості мали можливість відволіктися від напружених моментів. Всередину сухих акваріумів можна встановити пузиркові панелі та лавові лампи, або використовувати їх окремо.

Бульбашкові панелі – абсолютно нова технологія, яка використовується при виготовленні елементів декорування інтер'єрів приміщень. Панель являє собою плоский резервуар з полімерного матеріалу – акрилу, наповнена водою і при включенні насичує рухом бульбашками повітря. Скляна конструкція оснащується різнобарвною світлодіодним підсвічуванням, компресором для подачі повітря, і системою аерації, яка забезпечує насичення бульбашками. Найпоширеніші панелі – мобільні.

В якомусь сенсі ці пристрої можна порівняти з акваріумами, які ставлять для того, щоб не дати людям нудьгувати. Крім панелей за такою технологією виготовляють і деякі інші предмети або елементи інтер'єру, наприклад,

бульбашкові колони і труби. Загалом, існують не тільки плоскі секції, а конструкції різної форми.

В інтер'єрі застосовуються і панелі, і колони. Панелі можна використовувати в наступних варіантах;

– декоративна перегородка, зонується приміщення або як елемент оформлення перегородки, наприклад, можна закрити бульбашкового панеллю міжкімнатні нішу (вікно);

– вбудувати панель в нішу, щоб вона виконяла функції декоративного настінного панно;

– як площинного світильника, включеного в загальний сценарій освітлення кімнати;

– як декоративна фальшпанель, що приховує деякі невдалі деталі інтер'єру;

– як спосіб оформити будівельні конструкції, наприклад, можна закрити прямокутну колону з різних сторін бульбашкового панелями.

У поєднанні з іншими скульптурними, архітектурними елементами панелями оснащуються кімнати для презентацій, демонстраційні площі (виставкові стенди), зони ресепшн, кімнати очікування, навіть барні стійки. Тобто все місця, де потрібно привернути увагу клієнтів, в зонах, де люди відпочивають або знаходяться в очікуванні.

Отже, інтер'єр будь-якого приміщення готелю повинен володіти екологічним, функціональним та естетичним комфортом.

Висновки до розділу 3.

Дизайн готельно-ресторанного комплексу є визначальним для привабливості туристів в тому випадку, коли вони обирають готель для відпочинку, а не для тимчасового проживання під час відрядження чи інших видів поїздок, що не пов'язані з відпочинком.

Таким чином, інтер'єр готелю має низку вимог, які необхідно враховувати при розстановці меблів, виборі кольорів і забезпеченні різних видів комфорту відповідно до естетичних уподобань мешканців.

## ВИСНОВКИ

В управлінні якістю обслуговування в готельних підприємствах особливе місце займає гостинність. Важливою складовою атмосфери гостинності є інтер'єр. Для готелів джерелом надходження грошових коштів є клієнти, тому будь-якому готелю необхідно навчитися залучати клієнта, в тому числі і за допомогою незабутнього, вишуканого інтер'єру. Інтер'єр розглядається як важливий елемент гарного відпочинку.

Останнім часом туристи мають все більші вимоги не тільки до якості обслуговування, а й до комфортності готелю. Використовувані раніше типові проекти зараз вже нікого не влаштовують. Туристи звертають увагу не тільки на будівництво будівлі, але і на благоустрій прилеглих територій і, звичайно, номера. Люди вважають за краще відпочивати в обстановці, максимально наближеній до домашньої. Створити індивідуальну обстановку можна тільки за допомогою фахівців-дизайнерів. У світі практично жоден готель не обходиться без їх послуг. Дизайнери підберуть колірну гамму, освітлення, декоративне оформлення готелю відповідно до її призначення та ландшафтними особливостями місцевості.

Інтер'єр – це ансамбль, в якому всі елементи пов'язані єдиним задумом. Поняття інтер'єру готелю, як і будь-якого іншого підприємства індустрії гостинності, включає планувально-технологічне рішення всіх приміщень, їх освітлення, колір стін, підлоги, стель, оздоблювальні матеріали, декоративне оформлення. Гарний, зі смаком вирішене інтер'єр, забезпечуючи затишну обстановку і необхідний комфорт, сприяє вихованню естетичного смаку відвідувачів.

При створенні інтер'єру будь-якого готелю необхідно враховувати наступні фактори:

- готель повинен гармонійно вписуватися в навколишнє середовище;
- зовнішнє і внутрішнє оформлення повинно бути виконано в єдиному стильовому рішенні;

- інтер'єр повинен відповідати призначенню готелю;
- архітектурне, конструктивне і планувальне рішення будівлі не повинно бути занадто дорогими;
- планування готелю повинна забезпечувати економічність її експлуатації, відповідати функціональним вимогам, відповідати технологічним, екологічним, санітарно-гігієнічним нормам і рекомендаціям;
- при будівництві і плануванні готелю слід враховувати природно-кліматичні чинники, температуру і вологість повітря, кількість опадів і т.д. ; відповідно до цих факторів необхідно вибирати будівельні та оздоблювальні матеріали.

Оформлення інтер'єру багато в чому буде визначатися специфікою і призначенням готелю. Істотну роль в інтер'єрі гратимуть такі складові: загальний стиль готелю, відповідний екстер'єру; архітектурно-планувальне рішення; будівельні та оздоблювальні матеріали; колір і світло; меблі.

Історії створення інтер'єру починається з давніх часів, коли людина почала замислюватися над облаштуванням свого житла. За багато століть з'явилися різні стилі оформлення інтер'єру, які використовуються в готелях (східний стиль, готичний, ампір, модерн і т.д.)

Слід також враховувати, що вимоги до комфорту і до якості послуг будуть постійно зростати. У зв'язку з цим необхідно вдосконалювати наявну готельну базу, а також будувати готелі, що відповідають вимогам найвибагливіших туристів. Більш детально були вивчені особливості інтер'єру готелю «Randevu» м. Житомир. В цілому, характеризуючи це готельне підприємство не можна виділити єдиний стиль оформлення інтер'єру. Для того, щоб дізнатися думку клієнтів про інтер'єр даного готелю було проведено пілотне дослідження. Мета дослідження – оцінка клієнтами готелю інтер'єру даного готельного підприємства.

Виходячи з даних отриманих в дослідженні, можна зробити наступні висновки:

- більшість респондентів цілком влаштовує хол готелю – освітлення,

колірне рішення і т.д .;

– номер викликає неоднозначну оцінку – освітлення отримало позитивну оцінку, але є зауваження до меблів і оформлення номера;

– ресторан в цілому оцінюється позитивно і його інтер'єр влаштовує відвідувачів;

– серед побажань клієнтів є конкретні рекомендації і прохання організувати додаткові послуги (тренажерний зал).

Проаналізувавши результати дослідження інтер'єру готелю «Randevu» були надані наступні рекомендації:

– використовувати в номерах фітодизайн, нові колірні рішення, надати їм індивідуальність і домашній затишок;

– створити тренажерний зал.

Таким чином, хочеться ще раз підкреслити велике значення інтер'єру готелю в створенні атмосфери гостинності, іміджу готелю. Необхідно приділяти йому належну увагу.

## ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Апонін В. В., Олексин І. І., Шутовська Н. О., Футало Т. В. Організація і технологія надання послуг : навч. посібник за редакцією професора В. В. Апонія. Київ : Видавничий центр «Академія», 2006. 311 с.
2. Архітектура та інтер'єр на підприємствах готельного господарства. URL: <http://tourism-book.com/pbooks/book-58/ua/chapter-2138/> (дата звернення: 20.03.25 р).
3. Бойко М. Г., Гопкало Л. М. Організація готельного господарства: Підручник. Київ : КНТЕУ, 2006. 448 с.
4. Вплив дизайну інтер'єру на людину. URL: <http://megasite.in.ua/11186-vpliv-dizajnu-inter-ehru-na-lyudinu.html> (дата звернення: 28.03.25 р).
5. Вплив запахів на поведінку людини. URL: <https://www.centrmед.com/news/detail.php?ID=10273#.WB9N6S2LTIU> (дата звернення: 03.04.25 р).
6. Вплив музики на людину. URL: <http://poradumo.pp.ua/cikave/1477-vpliv-muziki-na-lyudinu.html> (дата звернення: 08.04.25 р).
7. Вплив на людину кольору в інтер'єрі кольоротерапія та особливості квітів. URL: <http://dizajn.pp.ua/458-vpliv-na-lyudinu-koloru-v-nteryer-koloroterapiya-ta-osoblivost-kvtv.html> (дата звернення: 16.03.25 р).
8. Герасименко В. Г. Інтернет як засіб просування туристичних послуг. URL: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/4336/1/41%20-%2046.pdf> (дата звернення: 19.03.25 р).
9. Готельна справа : Навчальний посібник. І. В. Левицька, Н. В. Онищук. Київ : КНТЕУ. Вінниця, ПП «ТД «Едельвейс і К» 2015. 580 с.
10. Гусева О. Міжнародний досвід створення готельних підприємств малої місткості. *Науковий вісник ужгородського університету. серія: економіка*. 2011. спецвип. 33. ч. 3. С. 69–74.
11. Дзеркала в інтер'єрі. URL: <http://mijdizajn.eu/dzerkala-v-interyeri/> (дата звернення: 02.04.25 р).

12. Дзеркало та скло в інтер'єрі. URL: <https://ibud.ua/ua/statya/zerkalo-i-steklo-v-interere-4086> (дата звернення: 13.04.25 р).
13. Дизайн итерьеров. URL: <https://artinterior.ua/dizayn-gostinitsyi> (дата звернення: 23.03.25 р).
14. Журавльова С. М., Зайцева В. М., Каптюх Т. В. Технологія готельної справи : Навчальний посібник. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 264 с.
15. Квіти як елемент інтер'єру. URL: <http://www.design-interiors.com.ua/ua/articles29.php> (дата звернення: 19.04.25 р).
16. Колір та його вплив на організм людини. URL: <http://shkola.ostriv.in.ua/publication/code-1f36a133d732c> (дата звернення: 21.04.25 р).
17. Круль Г. Я. Основи готельної справи : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 368 с.
18. Лук'янова Л. Г., Дорошенко Т. Т., Мініч І. М. Уніфіковані технології готельних послуг : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Вища школа, 2001. 236 с.
19. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
20. Мендела Є. Архітектура як основний фактор формування іміджу готельного підприємства. *International Science Journal of Engineering & Agriculture*. 2022. Vol. 1, No. 3. pp. 183-189.
21. Меблі в інтер'єрі. URL: [http://studopedia.com.ua/1\\_56164\\_mebli-v-interieri.html](http://studopedia.com.ua/1_56164_mebli-v-interieri.html) (дата звернення: 23.04.25 р).
22. Меблювання готельних приміщень. URL: <http://tourism-book.com/pbooks/book-61/ua/chapter-2373/> (дата звернення: 27.03.25 р).
23. Методи сприйняття інтер'єру. URL: <http://ukrbukva.net/13304-Metody-izucheniya-vospriyatiya-inter-era.html> (дата звернення: 16.03.25 р).
24. Олійник О. М. Фактори успішності готельно-ресторанних комплексів. *Молодий вчений*. 2017. № 10. С. 389–392.

25. Озелення приміщень готельного господарства. URL: <http://westudents.com.ua/glavy/91820-38-ozelenennya-primschen-gotelno-gospodarstva.html> (дата звернення: 26.03.25 р).
26. Поняття та різновиди інтер'єру. URL: <http://www.leaderschool.info/interjer.html> (дата звернення: 29.03.25 р).
27. Психологічний вплив кольору в інтер'єрі на людину. URL: <http://blago.if.ua/psihologichnij-vpliv-koloru-v-interye/> (дата звернення: 17.04.25 р).
28. Психологія інтер'єру. URL: <http://info-max.com.ua/fen-shuy/news-details/psihologiya-interera.ua> (дата звернення: 19.04.25 р).
29. Писаревський І. М. Матеріально-технічна база готелів : Підручник. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва., Харків : ХНАМГ, 2010. 286 с.
30. Роль інтер'єру та озеленення у формуванні іміджу готелю. URL: <http://dizajn.pp.ua/458-vpliv-na-lyudinu-koloru-v-nteryer-koloroterapyu-ta-osoblivost-kvtv.html> (дата звернення: 22.04.25 р).
31. Руденко В. П. Естетична організація середовища готелю. Основи готельної справи. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 368 с.
32. Сайт готелю «Randevu» м. Житомир. URL: <https://randevuzhytomyr.ua-hotel.com> (дата звернення: 26.04.25 р).
33. Символіка кольорів. URL: <http://tsikave.ostriv.in.ua/publication/code-4FE200DE79ABB/list-22AE31EDF27> (дата звернення: 16.04.25 р).
34. Уплив кольорів на психоемоційний стан людини. URL: [http://osvita.ua/school/lessons\\_summary/psychology/33170/](http://osvita.ua/school/lessons_summary/psychology/33170/) (дата звернення: 18.04.25 р).
35. Цукренко І., Семенюк В., Скриннік В. Роль дизайну у проектуванні та іміджі закладів готельно-ресторанного господарства. *Universum*. 2023. №1. С. 29–34.
36. Журавльова С. М., Товстонос В. С. Інтер'єр як чинник створення атмосфери гостинності в готельному господарстві. *Тези доповідей науково-технічної конференції, Запоріжжя, 15–19 квітня 2025 р.*, Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2025. (подано до друку).