

## ДИЗАЈН САВРЕМЕНЕ ХОТЕЛСКЕ СОБЕ - ИЗМЕЂУ ЛУКСУЗА И ПРОСТОРНЕ РАЦИОНАЛИЗАЦИЈЕ

Марко Николић<sup>1</sup>  
Александар Милојковић<sup>2</sup>  
Александар Кековић<sup>3</sup>

УДК: 7.012:728.5

DOI: 10.14415/konferencijaGFS2014.107

**Резиме:** Код данашњег хотела, функција хотелске собе је сложенија него икада, а њене основне карактеристике се мењају под утицајем тржишта, технолошког напретка и нових, сложенијих захтева клијената. С друге стране, као последица светске економске кризе, оптимизација изградње је један од најважнијих критеријума за инвеститоре, а самим тим тежи се и максималној просторној рационализацији. У овом раду, приказани су садашњи и растући трендови у архитектонском пројектовању хотелских соба, анализиран је њихов распоред, са акцентом на просторно-функционалну организацију, и третман њеног унутрашњег уређења. Циљ рада је да се препоручи најбољи практични оквир за дизајн хотелске собе, имајући у виду савремене захтеве и потребе клијената. Главни допринос овог рада треба да буде предлог могућих решења у процесу доношења одлука у вези са пројектовањем хотела.

**Кључне речи:** Савремена хотелска соба, дизајн, луксуз, рационализација

### 1. УВОД

У корпусу хотелских садржаја и услуга, смештајни део хотела обично доноси највећи део укупних прихода [1], а коришћење хотелске собе означава кључну тачку смештајне компоненте хотелског производа и самим тим њен значај у смислу његове концептуализације и пословања. Гост је непобитно „raison d'être” хотела, а понуда смештаја несумњиво дефинише карактеристике хотела. „Архитектура лобија буди интерес; хотелска соба је, међутим, оно збо чега се хотелу враћате“ [2].

Физички аспекти и опипљиве димензије хотелске собе, као дела хотелског окружења који утиче на чула на више начина [3], кључ су за задовољство госта и предуслов за његов повратак, а интеракција просторије и корисника одређена је његовом перцепцијом, како менталном, тако и физичком. Отуда дизајн и презентација соба мора да буде под лупом још од фазе концептуализације, а од

<sup>1</sup> Асистент Марко Николић, дипл. инж. арх, Универзитет у Нишу, ГАФ Ниш, Александра Медведева 14, Ниш, Србија, тел: 018 588 200, е – mail: [marko.nikolic@gaf.ni.ac.rs](mailto:marko.nikolic@gaf.ni.ac.rs)

<sup>2</sup> Доцент др Александар Милојковић, дипл. инж. арх, [aleksandar.miljkovic@gaf.ni.ac.rs](mailto:aleksandar.miljkovic@gaf.ni.ac.rs)

<sup>3</sup> Доцент др Александар Кековић, дипл. инж. арх, [aleksandar.kekovic@gaf.ni.ac.rs](mailto:aleksandar.kekovic@gaf.ni.ac.rs)

пресудне важности је стално преиспитивање намене и функције хотелских соба, основног производа у хотелу.

## 2. ЗАХТЕВИ КЛИЈЕНАТА И ПЕРСОНАЛИЗОВАНИ ПРОСТОРИ

Према [4], С. Ј. Marsan каже да просечан гост проведе око четири сата дневно будан у хотелу, а највећи део преосталог времена проведе у кревету. Половина „будних” сати обично бива потрошена у границама хотелске собе [5] а преостала два сата на различитим местима у оквиру хотела. Ипак, ни на једном другом месту у хотелу гост не долази у тако близак контакт са пројектованом и уграђеном опремом као у хотелској соби. Поред тога, по природи ствари гост, осим на понуђени комфор, пре свега обраћа пажњу на могућности за задовољавање сопствених потреба.

Међутим, чак и када су сви основни захтеви испуњени на задовољавајући начин (удобан кревет, добра звучна изолација, нечујна климатизација, адекватно осветљење) за „прекаљеног“ пословног путника или туристу, доживљај хотелске собе може бити досадан. Обично разна хотелска искуства постају магловита - свака соба може бити у било ком хотелу, било где у свету, јер су конфигурација собе, па самим тим и доживљај исте, генерално исти у већини хотела. Ова негативна искуства узрокована су недостатком индивидуалности, баналношћу и монотонијом.

Било да гост изнајмљује луксузни апартман или једноставну двокреветну собу, захтеви у суштини остају исти, наизглед комплексни, а ипак потпуно разумљиви: одржавање хигијене, осамљивање, козметичке потребе, облачење и свлачење, спавање, размишљање, одмор, вођење љубави, читање, сањарење, слушање музике, гледање телевизије, прављење планова, писање, цртање, телефонирање итд. Сви ови процеси и потребе захтевају простор, који стога мора бити мултифункционалан, а захтеви за највећом могућом разноврсношћу коришћења, без обзира на то што у извесној мери зависе од типа и концепције хотела, проузроковани су све већом доступношћу путовања и све мањим разликама у потребама и очекивањима разнородних типова клијента. Гости од соба траже више него икада раније [1] и оно што је извесно је да је праг задовољства већ веома висок, а гост са једном задовољеним „мањим” потребама, захтеваће све веће подстицаје да задржи исти ниво задовољства [6]. Због тога је неопходно да данашњи стандардни распоред хотелске собе буде значајно другачији од оног пионирског из '50-их година прошлог века.

Савремени концепт превазилази првобитну функцију хотела и не подразумева више само место - склониште за људе различитог порекла, намере, темперамента, потреба и интереса. Хотел мора да својим корисницима обезбеди уживање, а хотелска соба је један од физичких елемената изложених вредносним димензијама елеганције, удобности, естетике и задовољства. Овај концепт претпоставља буђење нове сензације код корисника, што резултује инсистирањем на персонализацији простора. Иако многи елементи хотелске понуде доприносе позитивном утиску гостију током њиховог боравка, разне компоненте се усмеравају ка креирању уравнотеженог сензуалног искуства, често описаног као

X-фактор који обухвата и опипљиве физичке аспекте архитектуре, декорације и опреме [7]. У описивању X-фактора, пет људских чула могу се користити као референтна тачка. Кулминација свих чула ствара ново - такозвано шесто чуло [8] које подразумева потпуно нову димензију и укључује оно неопипљиво, попут емоција, атмосфере и фантазије.

Неки аутори и хотелијери сматрају да је један од најважнијих циљева у пројектовању хотелске собе, креирање осећаја „дома далеко од куће“. С друге стране, резултати спроведених студија у вези са очекивањем госта показују разилажење између перспектива хотелијера и клијената [9]. Утврђено је да идеја “дома” није кључна тема, иако не треба искључити могућност увођења кревета дизајнираног попут кућног у хотелску собу [10]. Оно што гост очекује је окружење у којем ће се осећати удобно, и где се укупност људских чула стимулише на позитиван начин.

### 3. НОВЕ ИДЕЈЕ И ПРОГРАМИ

Хотелска соба се може разматрати само као део свеукупног проблема пројектовања хотела, а просторне и функционалне димензије чине је пре свега архитектонским проблемом. Стога се овој теми мора приступити на најсвеобухватнији начин и идентификовати оне аспекте деловања који систематски мењају спацијалност хотелске собе и кључни су елементи за каснију израду успешних пројеката.

#### а. Величина собе, конфигурација и неконвенционални концепти

У погледу величине собе, данас се могу пратити два растућа и једнако присутна тренда. С једне стране тежња ка луксузу доводи до повећања укупне површине смештајних јединица. Такође, присутна је и појава трансформације традиционалне правоугаоне собе у квадратну, повећавањем ширине са уобичајених 3.5 и 3.9м до 4.8, па чак и до 5.5м и смањивањем дубине, без значајне промене у укупној површини. Код многих новоизграђених објеката собе су све шире што омогућава бољу искоришћеност простора, дозвољава драматичније и флексибилније аранжмане намештаја и код гостију појачава осећај вредности.

С друге стране, економска криза, скупе и скучене локације у градским центрима, као и популарност поновне адаптивне употребе старијих зграда на „бутик“ тржишту хотела, доводе до појаве соба значајно мањих, а често и по облику драматично различитих од правоугаоника (370x790) који још увек представља индустријски стандард [11]. Собе необичних облика пружају интересантне могућности, али несумњиво представљају и озбиљне изазове дизајнерима.

Иако је до средине '90-их највећи део соба имао конвенционалну основу од које се врло ретко и незнатно одступало, данас изгледа готово потпуно уобичајено, што се као први корак у трагању за новим и неконвенционалним распоредом хотелске собе намеће испитивање односа зоне купатила и зона са спаваће и боравак.

Најједноставније и последњих година најчешће (са различитим успехом) коришћено решење је „спајање“ собе и купатила уклањањем уобичајеног

„чврстог“ преградног зида који раздваја ове две зоне, чиме се ствара визуелна веза између њих и повећава утисак пространости.

Применом нових технологија и материјала, попут матираног, или стакла у боји, за тоалет и туш лоциране уз зид ка коридору, реализација оваквог решења данас не представља велики технички проблем.

Преградни панели (непровидни, или транспарентни са одговарајућим засторима) могу бити и клизни, чиме се обезбеђује неопходна приватност, али и „замагљује“ крута подела између зоне купатила и зоне за спавање. Умивање и одговарајућа опрема („кабинет“ са умиваоницима) могу чак бити интегрисани и у простор собе и тако постати прелазни елемент између ове две зоне, а истовремено бити искоришћени за смештање мини-бара и одлагање различитих употребних и декоративних предмета [12].

У неким решењима, посебно код нових соба повећане ширине, могуће је померање купатила са уобичајеног места и подела зона купатила и собе по дужини. Многи савремени хотели позиционирају купатила неких својих соба уз фасадне зидове, омогућујући увођење природног светла у обе зоне, и поглед гостима на околину из туш-кабине или каде (али и поглед онима са улице или из суседних зграда на купатило). У готово свим овим случајевима и преграда између купатила и собе је такође транспарентна.



Слика 1. Модел хотелске собе на IGENO сајму, Басел, 1995., на основу конкурсног решења из 1993. за хотел Park Hyatt у Цириху, Meili, Peter Architekten

Иако се и данас изузетно ретко среће, померање купатила ка центру основе представља најрадикалнију промену уобичајеног типа хотелске собе.

Оваквим решењима постижу се најзанимљивији резултати у погледу конфигурације смештајне јединице, како у смислу јасније поделе собе на две зоне - спавање и седење, тако и у смислу осећаја пространости.

## б. Купатило

Многи хотелски оператери верују да хотелске собе са својим купатилом остављају трајнији утисак на госта, него архитектура објекта, или лоби, или било који други

појединачни унутрашњи простор [2]. Купатила се више не доживљавају као помоћне просторије, сведене на минимум, како би се прошириле зоне за боравак и спавање. Она постају све већа, без опасности да се смањи осећај пространости у соби, захваљујући претходно описаном „замагљивању“ или потпуном укидању физичке баријере између зоне собе и купатила.

Тушеви изнад када су дефинитивно ствар прошлости, а тежи се креирању простора са спа елементима, двојним умиваоницима, огромним кадама и хидромасажним кабинама, па чак и слободностојећим кадама у оквиру соба („en-suite“), уколико простор то дозвољава [13]. Савремени туриста на својим путовањима очекује више него што добија код куће.

Купатило са спа - карактеристикама отворени је позив на релаксацију и сигуран - доказан метод привлачења госта обећавањем ефемерног луксуза.

### в. Опрема - интегрисани дизајн собе

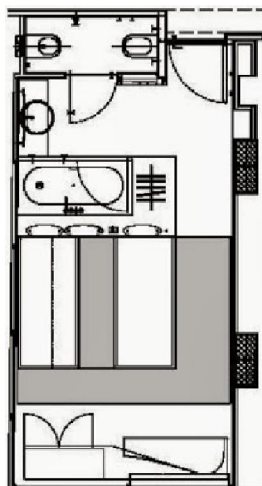
Данас, када у великим градовима собе постају све мање, неопходно је размотрити њихово инвентивно и ефикасно коришћење.

Незнатна реорганизација намештаја и уклањање дубоких комада намештаја омогућено инсталирањем савремених, танких ТВ уређаја, допринело је значајним добицима у погледу површине собе.

Тренутни тренд фаворизује мање собе са фокусом на луксузним комадима и што мање унифицираности.

Са све више гостију који раде на персоналној опреми, велики столови могу да се уклоне и замене мањим мобилним радним површинама или већим клупским сточићима, при чему оба елемента могу да служе и за обедовање гостију.

Хотелска соба се све више користи као канцеларија, па су дизајн радног простора, ергономски намештај, одговарајуће осветљење и могућност повезивања веома важни и готово обавезни елементи чак и у објектима средње категорије.



Слика 2. Es hotel, Рим, King Roselli Architetti, 1999 – 2003.

Joш једна занимљива појава је интегрисање уградног намештаја инспирисано дизајном јахти [13], чиме се омогућава максимално искоришћење соба малих димензија, што резултује повећањем расположивог простора, смањењем претрпаности, и креирањем рационалног, пространог и привлачног ентеријера у ограниченим оквирима.

#### 4. ЗАКЉУЧАК

Класична комбинација кревет-сто-ормар више није довољна да хотелску собу учини пожељном.

Стога је, без обзира на ограничења која намећу познати и мерљиви економски фактори, значајна хетерогеност клијената, и различитост захтева у односу на тип хотела, дизајн/кофигурацију хотелске собе неопходно стално изнова промишљати са циљем креирања високо персонализованих искустава и трансформисања смештајне јединице у врхунац доживљаја бекства од свакодневнице.

Ово захтева много даљих истраживања о значају интеракције физичке структуре и госта у стварању повољног доживљаја. Идеје и програми, исказани у неким од скорашњих реализација, показују да постоји још много могућности за удаљавање од стандардног, уобичајеног типа собе, чак и онда када је простор ограничен.

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] DeVeau, L., DeVeau, P., Portocarrero, N. and Escoffier, M.: *Front Office Management and Operations*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, **1996**, стр. 5-16
- [2] Rutes, W., Penner, R. and Adams, L.: *Hotel Design, Planning, and Development*, Architectural Press, Oxford, **2001.**, стр. 266-279
- [3] Doswell, R. and Gamble, P.: *Marketing & Planning Hotels & Tourism Projects*, Barrie and Jenkins, London, **1979.**, стр. 130
- [4] Ogle, A.: Making sense of the hotel guestroom. *Journal of Retail and Leisure Property*, **2009.**, vol. 8, бр. 3, стр. 159-172.
- [5] Lundberg, D.: *The Hotel and Restaurant Business*, Van Nostrand Reinhold, New York, **1994.**, стр. 64, 100.
- [6] Balmer, S. and Baum, T.: Applying Herzberg's hygiene factors to the changing accommodation environment. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, **1993.**, vol. 5, бр. 2, стр. 32-35.
- [7] [http://www.hotel-online.com/News/PressReleases1999\\_4th/Nov99\\_NoblesAtmosphere.html](http://www.hotel-online.com/News/PressReleases1999_4th/Nov99_NoblesAtmosphere.html), 03.02.2014.
- [8] Walker, N.: Viewing guestroom perfection. *Asian Hotel & Catering Times*, **2002.**, vol. 27, стр. 12-15.
- [9] Lockyer, T.: Business guests' accommodation selection: The view from both sides. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, **2002.**, vol. 14, бр. 6, стр. 12-15.

- [10] Baumann, M. A.: Bed designs give residential look. *Hotel & Motel Management*, 2002., vol. 217, бр. 14, стр. 143.
- [11] [http://www.informedesign.org/\\_news/june\\_v03r-p.pdf](http://www.informedesign.org/_news/june_v03r-p.pdf), 03.02.2014.
- [12] [http://www.totalvenue.com.au/articles/hotel\\_trends/hotel\\_trends.html](http://www.totalvenue.com.au/articles/hotel_trends/hotel_trends.html), 03.02.2014.
- [13] <http://www.hospitalitynet.org/news/4059445.html>, 03.02.2014.

## CONTEMPORARY HOTEL ROOM DESIGN – BETWEEN LUXURY AND SPATIAL RATIONALIZATION

**Summary:** *At the present-day hotel, the function of a hotel room is more complex than ever, and its basic characteristics are changing under influence of market, technological advances and new, more complex hotel clients demands. On the other hand, as the consequence of the global economic crisis, construction optimization is one of the most important investment criteria, and therefore maximal spatial rationalization is favored. In this paper, current and growing trends in hotel rooms' design are presented and their layout is analyzed, with emphasis on the spatial/functional organization, and the treatment of its interior arrangement. The aim of the paper is to recommend the best practical framework for hotel room design, having in mind contemporary demands and clients needs. The major contribution of this paper should be proposition of possible solutions in decision-making process considering hotel design.*

**Keywords:** *Contemporary hotel room, design, luxury, rationalization*