

Prilagodba hotelskog prostora individualnim potrebama postaje sve važnija

Osim novih tehnologija koje su postale nužan segment, ekološka osviještenost i dizajn uz pomoć kojeg se stvara iskustvo najvažniji su trendovi u uređenju hotela. Većinu tih trendova diktiraju upravo moderni gosti, primjerice, milenijalci i digitalni nomadi, pa je stoga važno upoznati se s njihovim potrebama i interesima.

Pripremila: Maja Belušić

U 2018. godini prvi su put u posljednjih nekoliko godina izostale visoke stope rasta noćenja i dolazaka u udarnim ljetnim mjesecima. Stoga je nužno, osim poboljšanja kvalitete turističkog proizvoda, investirati i u hotelski smještaj.

Još je jedna uspješna turistička godina iza nas, što pokazuju i podaci sustava eVisitor prema kojima je u 2018. godini broj dolazaka stranih turista porastao za 6,27%, odnosno broji ukupno 17.495.235 dolazaka. Broj dolazaka domaćih turista veći je za 9,23%, odnosno broji 2.224.094 dolazaka. Riječ je o ukupnom rastu dolazaka od 6,59%, ali broj noćenja porastao je za 3,87%. No, hotelski smještaj u Hrvatskoj još uvijek zauzima manji dio udjela u ukupnim smještajnim kapacitetima. Trebao bi zauzimati udio od bar 18%, a zauzima oko 16%. U 2018. godini ukupan broj kreveta u komercijalnim smještajnim kapacitetima povećan je za oko 7%, dok su hoteli povećali kapacitete za samo 2,5%. Tako je, u odnosu na 600 000 kreveta u apartmanima, registrirano oko 172 000 kreveta u hotelima. Riječ je o uvjerljivo najmanjem udjelu hotelskog smještaja u Europskoj uniji, gdje je prosjek puno veći pa doseže čak 60%.

Kada govorimo o hotelskom smještaju Istra i dalje dominira, s gotovo trećinom ukupnih kapaciteta u toj vrsti objekata. Nakon Istre slijede Splitsko-dalmatinska i Primorsko-goranska županija, a na kontinentu prednjači Zagreb. U hotelskom smještaju najveći udio u prometu ostvaren je objektima s 4 zvjezdice (45%), a potom slijede objekti s 3 zvjezdice (32%). Hotela s pet zvjezdica još uvijek ima premalo.

Treba napomenuti da su u 2018. godini prvi put u posljednjih nekoliko godina izostale visoke stope rasta noćenja i dolazaka u udarnim ljetnim mjesecima. Stoga je nužno, osim poboljšanja kvalitete turističkog proizvoda, investirati u hotelski smještaj. Prema smjernicama Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine predviđen je porast hotelskih kapaciteta više kategorije, ali i unapređenje kvalitete ostalog smještaja.

Ove se godine u Hrvatskoj otvara nekoliko značajnih hotela, a svakako je najimpresivniji Hotel Park u Rovinju, istarske tvrtke Maistra. Riječ je o najvećoj hotelskoj investiciji posljednjih godina, vrijednoj više od 600 milijuna kuna.

Hoteli i potrebe novih generacija turista

Kada govorimo o nadolazećim trendovima u svijetu turizma, prilagodba potrebama i navikama milenijalaca je najvažnija. Riječ je o „generaciji Y“ kojoj pripadaju rođeni između 1980. i 1996. godine. Negdje se kao kraj generacije uzima 2000. godina i zato se još nazivaju milenijalci. Riječ je o prvoj informatičkoj generaciji, a društvene mreže i Google nezaobilazni su dio njihovih života. Socijalno su osjetljivi, uglavnom ekološki osviješteni, globalno orijentirani te informatički pismeni. Poznavanje interesa i predviđanje ponašanja te skupine gostiju može biti itekako korisno pri uređenju hotela.

- Kada je riječ o milenijalcima, hotelijeri postaju svjesni koliki utjecaj na ovu skupinu gostiju imaju razni blogeri i influenceri. Iz spomenutog razloga sve više hotela stvara takozvane „selfie kutke“, prostore koji bi potaknuli gosta na fotografiranje i promoviranje hotela u objavi na društvenoj mreži. Za minimalna ulaganja može se ostvariti jako dobra promocija koju će kreirati sami gosti dijeljenjem svojih objava na društvenim mrežama - kaže Lidija Nikolac Katić, marketing manager u Megabooker.hr.

Prema istraživanju koje je proveo turistički servis Hipmunk, 72% milenijalaca putovalo je prošle godine više nego ikada prije. Isto tako, 55% njih kaže da bi produžilo poslovno putovanje kako bi malo odmorili. Upravo ova generacija traži zanimanja i poslove koji će im omogućiti putovanja jer čak 38% njih redovno ide na poslovna putovanja. Oni su definirali pojam „digitalni nomadi“, a riječ je o osobama koje obično rade na putu i uglavnom gdje postoji pristup Internetu. U pravilu bave se zanimanjima koja, zahvaljujući Internetu, mogu obavljati bilo gdje na svijetu.

- Kada se radi o potrebama digitalnih nomada više nije ni potrebno spominjati važnost dobre WiFi veze, prostorija za printanje te rad na računalu. Poslovni putnici naprosto očekuju da će u hotelu zateći dobru internet-sku vezu i mirnu prostoriju za neometan rad - napominje Lidija Nikolac Katić iz Megabookera.

Stoga je prilagodba hotelskog prostora individualnim potrebama postala sve važnija. Drugim riječima, dizajneri imaju zadatak velikim prostorima hotela osmisliti više funkcija, kako bi hotel postao mjesto druženja, a ne samo boravka. Gostima se mora pružiti prostor za formalne i neformalne sastanke. Tu nije riječ o prostorima iza zatvorenih vrata, nego o otvorenom prostoru spojenom s ostatkom hotela, a u sklopu kojeg je izdvojeni privatni kutak.

Upravo su inovativan način uređenja i posebna atmosfera karakteristike difuznih hotela. Izraz difuzni ili raspršeni hotel nastao je u Italiji početkom 80-ih godina u pokrajini Friuli. Cilj kreiranja modela difuznih hotela, tj. Albergo Diffuso modela, bio je pojačati aspekt gostoljubivosti u sklopu turističke ponude te promovirati kulturu i tradiciju kraja. Difuzni hotel nije klasični hotel jer gosti borave u zasebnim smještajnim jedinicama - sobama, apartmanima ili kućama koje su raspršene na širem području. Svaka smještajna jedinica može biti drugačije uređena kako bi se razlikovala od ostalih. Ono što sve smještajne jedinice imaju zajedničko je prostor recepcije hotela, a s koje se upravlja svim smještajnim jedinicama. Razvojne mogućnosti difuznih hotela mnogobrojne su, a naročito u sklopu kulturnog turizma, cikloturizma, gastronomije i enologije, ruralnog i planinskog turizma te ekoturizma.

Održivi hotel više nije onaj samo ekološki osviješten

Udruga poduzetnika u hotelijerstvu Hrvatske do sada je dodijelila 49 certifikata „Sustainable hotels and spas by UPUHH“. Sam pojam održivi hotel ne odnosi se isključivo na odgovorno postupanje prema okolišu, već uključuje i društvenu komponentu. Riječ je o hotelima u čijim se restoranima poslužuje lokalno proizvedena organska hrana. U takvim hotelima sav otpad koji nastaje trebao bi se reciklirati te po mogućnosti ponovno iskoristiti u samom hotelu - primjerice, samljeti za proizvodnju bioplina. Elektroničku opremu bi trebalo birati prema mogućnostima kasnijeg recikliranja i, naravno, prema energetskim specifikacijama. Poželjni su sustavi elektroničke regulacije klimatizacije po sobama te pametni sustav upravljanja rasvjetom u hodnicima koji reagira na zvuk i pokret. Osim električne energije, važna je i ušteda vode.

Namještaj bi također trebao biti nabavljen od lokalnih proizvođača. Time se podupire lokalna proizvodnja i osigurava izradu od certificiranih organskih i fair trade materijala.

- Manji hotelski objekti vjerni su većinom lokalnim proizvođačima namještaja, dok luksuzniji hotelski objekti, a pogotovo strani investitori, pri uređenju se često odlučuju za strane vodeće proizvođače namještaja. Najčešće je tu riječ o keramičkim pločicama, sofa i foteljama, dok se stolarija, kreveti i madraci često nabavljaju po nacrtima i specifikacijama od domaćih

proizvođača. Objekti kategorizacije četiri i pet zvjezdica za uređenje uglavnom zahtijevaju i koriste najfinije prirodne materijale - kaže nam Jasminka Rajković, direktorica tvrtke Hever d.o.o., koja se bavi opremanjem hotela i apartmana.

Važno je da dizajn hotela povoljno utječe na zdravlje gostiju, a to uključuje i više prirodnog svjetla te svježeg zraka. Upravo zelene oaze i vrtovi ukomponirani u arhitekturu hotela čine okoliš zdravijim. Zanimljivi su i zeleni zidovi koji se mogu instalirati na gotovo sve vrste podloga: na zidove, stropove, namještaj i sl. Riječ je o zidnoj instalaciji s biljkama, a takav zid daje dodatnu zelenu notu hotelu.

Potrošni materijal u hotelima jedno je od važnijih ekoloških pitanja. Naime, svakodnevno se u hotelima diljem svijeta iskoriste milijuni boca sapuna i šampuna. Bez obzira na to iskoristi li se sredstvo do kraja ili samo manji dio, bočica se baca u smeće. Rješenje je u zamjeni jednokratnih plastičnih bočica s posebnim

Pojam održivi hotel ne odnosi se isključivo na odgovorno postupanje prema okolišu, već uključuje i društvenu komponentu. Riječ je o hotelima u čijim se restoranima poslužuje lokalno proizvedena organska hrana.

Kako hoteli mogu stvoriti nova iskustva za goste?

Živimo u ekonomiji iskustva te hotel više nije samo prenoćište i mjesto odmora, nego prostor za uživanje, druženje i rad. Osim udobnosti i funkcionalnosti, hotel svojim autentičnim dizajnom mora stvoriti posebno iskustvo. Stoga hoteli danas postaju zanimljiviji, ekološki osviješteni i tehnološki napredniji. Važni su svi elementi interijera, ali i dizajn zajedničkih prostora te hotelskih soba.

- Danas nije lako zadovoljiti goste jer većina njih ima visoka očekivanja, žele doživjeti onaj „wow“ osjećaj - osjećaj iznenađenja i autentičnosti. Kada gost ušeta u hotel, prvo što zamijeti je njegov dizajn, izgled i atmosferu koja vlada u hotelu. Većina gostiju zamjećuje i stil u kojem je hotel uređen, zamjećuju boje, namještaj, osvjetljenje, neki detalj. Što god vidjeli ili osjetili, potaknut će njihovo iskustvo. Odličan dizajn uključuje osjetila, mami ljude i stvara vizualnu priču koju će gost pamtit dugo nakon odlaska. Dizajnerski talent leži u njihovoj sposobnosti stvaranja doživljaja i iskustva gostiju koji trebaju biti istinski, jedinstveni i nezaboravni - smatra Jasminka Rajković. Predvorje hotela ili lobi više nije rezerviran samo za recepciju, nego je riječ o hotelskom životnom prostoru. Kao takav, mora biti prilagođen gostima koji odmaraju ili rade. Važni su udobni stolci, fotelje, ali i prostor za rad. Digitalni nomadi će u predvorju odraditi dio posla, održati sastanke i obaviti videozive. Predvorje će kod gostiju stvoriti prvi dojam i može imati trajan učinak na ugodan boravak.

- Ako govorimo o dizajnu prostora u hotelima za coworking i lobijima, oni poboljšavaju iskustvo gosta omogućavajući im mjesto za društvene interakcije te poslovno umrežavanje, mjesto gdje mogu nešto pojesti i popiti, ali i zabaviti se. Lobi nije više samo mjesto koje služi za prijavu prilikom dolaska - navodi Jasminka Rajković. Upravo su iskustva jedna od prednosti Airbnb-a, a osim unajmljivanja različitih objekata, na mreži postoji i posebna opcija „Doživljaji“. Riječ je o aktivnostima, turama i tečajevima koje osmišljavaju i vode lokalni ljudi. No, to ne znači da hoteli ne mogu ponuditi tako nešto. Dovoljno da se povežu s lokalnim turističkim djelatnicima te organiziraju posebne ture i događanja za svoje goste. Gostima hotela mogu ponuditi izlete u vinske podruge, posjete parkovima prirode, odlaske na imanja lokalnih OPG-ova i sl.

Mobilne aplikacije omogućile su gostima da od trenutka ulaska u hotel do odlaska imaju sve informacije na dlanu.

dozatorima od reciklirane plastike, a koji se dopunjuju po potrebi. Poželjno je da su kozmetički proizvodi u hotelima organski i s prirodnim sastojcima, kako zbog povoljnog utjecaja na zdravlje gostiju, tako i zbog zaštite okoliša. Preporuka je i da su ručnici izrađeni od certificiranog organskog materijala, a toaletni papir bi trebao biti od recikliranog materijala.

Nužnost uvođenja novih tehnologija

Osobni kontakt u hotelima i dalje je važan, ali uz pomoć tehnologije neke stvari su za goste puno jednostavnije. Kako bi pristup online servisima i korištenje

modernim tehnologijama bili omogućeni, važan je besplatan bežični pristup Internetu, ali isto je tako važna brzina istog. Mobilne aplikacije omogućile su gostima da od trenutka ulaska u hotel do odlaska imaju sve informacije na dlanu.

- Osim svrhe informiranja, mobilna aplikacija može poslužiti i kao turistički vodič, prikazivati mapu s uputama za vožnju do hotela i lokalnih znamenitosti, ponuditi mogućnost ostavljanja recenzija i ono najvažnije, mobilna aplikacija može pružiti mogućnosti ostvarenja direktne rezervacije (bez provizije online portala). Megabookerova mobilna aplikacija dolazi uz rezervacijski sustav koji automatski ažurira i cijene i inventar unutar property management sustava kao i online portala - kaže nam Lidija Nikolac Katić, marketing manager u Megabooker.hr.

Trendovi u uređenju hotelskih soba

Pri uređenju hotela potrebno je sagledati cjelokupan potencijal koji određeni prostor ima, a osim o trendovima treba razmišljati i o originalnosti jer će autentičan dizajn svakako privući pažnju gosta i ostaviti dobar dojam.

- Danas gosti hotela imaju veća očekivanja nego ikad prije. Cijene personalizirana iskustva i razvijaju ukus za nekim zanimljivim detaljima i materijalima, čak i ako je riječ o samo jednom noćenju. Gosti sve više traže manje hotele uređene u luksuznom stilu, vole ležernost te očekuju da hotel nudi neku svoju zanimljivu priču, bilo da je riječ o autohtonosti u kulturi, gastronomiji, detaljima iz prošlosti i sl. Tako je, primjerice, jedan naš hotel na Jadranu zidove u restoranu oblikovao u obliku jedara starih jedrenjaka - kaže nam Jasminka Rajković iz tvrtke Hever.

Kod uređenja hotelskih soba nužno je stvaranje toplog i udobnog prostora koji je ujedno praktičan i odiše elegancijom. Ta su tri načela primjenjiva bez obzira na stil uređenja, od klasičnog, preko modernog, bajkovitog ili futurističkog. Sobe će biti puno zanimljivije ako su različito uređene. Ta različitost može se postići kroz drugačiji izbor boja, tkanina, rasvjete te sam izbor dekoracija. Upravo se kroz detalje može prezentirati tradicija lokaliteta na kojem je hotel smješten te ispričati posebna priča u svakoj od soba. - Sve više hotela dopušta jednu jedinstvenost u opremanju svake pojedine sobe na drugačiji način, upotrebljavaju kontrastne boje i živopisne kombinacije ili čak zanimljive tekstualne detalje. Pri dekoraciji sobe dosta pozornosti posvećuje se izboru materijala za ukrasne prekrivače i jastučice na krevetima pri čemu je hotelska posteljina i dalje u trendu bijele boje, iako se pomalo vidi pomak ka blago sivim tonovima kada je riječ o posteljini - ističe Jasminka Rajković, direktorica tvrtke Hever d.o.o. U trendu je također manje uzoraka, a više se pozornosti posvećuje izboru boja i tekstura. Više nisu moderni vizualno prenaplašeni uzorci, nego je fokus na sjajnim bojama i mekoj teksturi.

Osim bežičnog pristupa Internetu te stacionarne stanice za punjenje mobilnih uređaja, pametne sobe su modernizirani i informatizirani prostor prilagođen gostima. Uvođenje digitalnih hotelskih ključeva, izmjenjivanje online poruka s recepcijom, ali i dostupnost usluge streamanja multimedijalnog sadržaja te namještanje temperature u prostoriji i razine osvjetljenja putem hotelskih aplikacija samo su neke od opcija. - Ako govorimo o domaćem tržištu, primjetan je trend uvođenja digitalnih brava, kao i pametnih (inteligentnih) soba kojima se upravlja i rukuje s RFID medijima. Gosti koji dolaze u Hrvatsku navikli su koristiti se takvim tehnologijama u svojim domicilnim zemljama pa hoteli koji su identificirali takve činjenice nastoje uvoditi tehnologije. Neke od njih su i room service na tabletima gdje gosti naručuju direktno iz soba putem tableta, a isto tako putem tableta naručuju hranu u restoranu hotela direktno sa stola kao i ostale ugostiteljske usluge koje se nude - napominje Rusmir Agić, direktor tvrtke iKlik d.o.o.

Jedno od modernih tehnoloških rješenja koje se uvodi u hotele je RFID tehnologija, a Rusmir Agić iz tvrtke iKlik tvrdi kako je ona već prisutna u hotelima koji su kategorizirani s više zvjezdica te pojašnjava: RFID tehnologija se uglavnom ogleda u digitalnim hotelskim bravama koje se otvaraju s RFID karticama i medijima. Također je sve češće korištenje RFID narukvica putem kojih gosti hotela ili resorta mogu 'kupovati' tj. koristiti ugostiteljske i ostale usluge, a platiti prilikom check-out-a.

Tvrtka Istra Tech d.o.o. razvila je pak poseban softverski paket MISH, koji sadrži sve module potrebne za poslovanje hotela. Osim što se može koristiti i na cloud platformi, program je za ovu sezonu dopunjen mobilnim aplikacijama za domaćinstvo i kućne majstore, kontrolu ulaska u pansionске restorane te aplikacijom kojom gosti sa svojih mobilnih telefona mogu birati i naručivati hranu, piće i usluge u ponudi hotela.

- Mobilne aplikacije i druge tehnologije koje olakšavaju rad hotela nekada jesu predstavljale visoke izdatke, no takav se trošak investicije danas brzo vrati te dugoročno znači i veći broj rezervacija, recenzija i bolje ukupno iskustvo gosta. Najčešća je prepreka ustaljen način rada. Na svaku tehnologiju treba se naviknuti pa prelazak na nešto novo zahtijeva razdoblje prilagodbe i edukaciju osoblja na što hotelijeri ponekad nisu spremni - zaključuje Lidija Nikolac Katić.

Kroz strukturne fondove EU mogu se ostvariti bespovratna sredstva za izgradnju i opremanje novih ili rekonstrukciju i opremanje postojećih građevina hotela. Tu se ubrajaju hoteli, aparthoteli, turistička naselja, hoteli baština i difuzni hoteli, a koji su minimalne kategorije 3, 4 ili 5 zvjezdica. Također, Ministarstvo turizma provodi Program konkurentnosti turizma čime dodjeljuje bespovratna sredstva iz državnog proračuna u svrhu povećanja konkurentnosti turističke ponude, a temeljem Strategije razvoja turizma RH do 2020. godine.