



**MULTIDISZCIPLINÁRIS KIHÍVÁSOK  
SOKSZÍNŰ VÁLASZOK**

GAZDÁLKODÁS- ÉS SZERVEZÉSTUDOMÁNYI FOLYÓIRAT

**MULTIDISCIPLINARY CHALLENGES  
DIVERSE RESPONSES**

JOURNAL OF MANAGEMENT  
AND BUSINESS ADMINISTRATION

**Online folyóirat**

FŐSZERKESZTŐ: FENYVESI Éva, PhD  
SZERKESZTETTE: VÁGÁNY Judit Bernadett, PhD

Borító: FLOW PR

Kiadja: Budapesti Gazdasági Egyetem

Felelős kiadó: Prof. Dr. Heidrich Balázs, rektor

ISSN 2630-886X

2023.

**TRADÍCIÓ ÉS INNOVÁCIÓ  
A VÁROSI SZÁLLODÁK KÖZÖSSÉGI TEREIBEN**

**TRADITION AND INNOVATION  
IN THE COMMUNITY SPACES OF CITY HOTELS**

**JUHÁSZ-DÓRA Katalin**

**Kulcsszavak:** *szállodai szolgáltatás-környezet, közösségi terek, design, tradíció, innováció*

**Keywords:** *hotelscape, community spaces, design, tradition, innovation*

**JEL Kódok:** *L80, L83, M31, O30*

<https://doi.org/10.33565/MKSV.2023.KSZ.01.04>

## ÖSSZEFOGLALÓ

*A szálláshely-menedzsment és szállodaiüzemeltetés feltételei az elmúlt két évtizedben jelentős mértékben megváltoztak, a különböző innovációk bevezetése és elterjedése az üzleti modellek fejlődését eredményezte, radikális mértékben transzformálva a vendéglátás és a szálláshely-szolgáltatás rendszerét és folyamatait.*

*Átalakultak a fogyasztói szokások, a mindennapi élet a munkavégzés szinterei, a változásokra reagálva a turisztikai szolgáltatásokat biztosító létesítmények is megújultak. A technológiai innováció eddig soha nem látott mértékben indukálta a szolgáltatás-nyújtás folyamatainak reformját, amelynek eredményeképpen a turisztikai létesítmények számos új funkcióval bővültek, hogy a megváltozott fogyasztói igényeinek eleget tudjanak tenni. A közösségek szerepe mindig meghatározó volt a társadalomban, azonban a humán interakció és a személyes kapcsolatok szerepe még soha nem volt ennyire meghatározó, mint napjainkban a digitalizáció és társas izoláció időszakában.*

*Jelen tanulmány célja a városi szállodai szolgáltatáskörnyezet transzformációjának a vizsgálata a szakirodalmi áttekintés módszerével. A feltáró kutatás az innováció bevezetése mellett a tradíció megőrzésének interpretálására fókuszál a szállodai közösségi terek példáján keresztül.*

## SUMMARY

*The conditions of accommodation management and hotel operation have changed significantly over the last two decades, the introduction and spread of innovation have resulted in the development of business models, which resulted in the radical transformation of the system and processes of hospitality and accommodation services.*

*Consumer habits, scenes of everyday life and workplaces have changed significantly, in response to the changing demand factors, tourism service facilities have also been transformed. Technological innovation has triggered unprecedented changes in service delivery processes, also tourism facilities have been extended with a range of new functions to meet the changing consumer needs. Communities have always played an important role in society, but the role of human interaction and personal relationships has never been more crucial than it is today, in the age of digitalization and social isolation.*

*The aim of the present study is to investigate the transformation of the service landscape in city hotels by using the literature review method. The exploratory research focuses on the interpretation of tradition preservation and introduction of innovation through the example of hotel community spaces.*

## **BEVEZETÉS**

A szállodai szolgáltatáskörnyezet nyilvános közösségi terekre és privát magánterületekre osztható (Aubert-Gamet & Cova, 1999). A szállodák közösségi terei azok a terek, ahol a vendégeknek egyedül vagy csoportosan lehetőségük nyílik szállodai szolgáltatások igénybevételére a szállodai szobaegység privát területén kívül. Ide tartoznak a vendéglátó-egységek területei, a rendezvénytermek, a közlekedő folyosók, és minden olyan egyéb szállodai tér, pihenőterület vagy munkaállomás, ahol a vendégéjszakát eltöltő vagy betérő vendég tartózkodhat és szállodai szolgáltatást igény bevehet.

Városi szállodák esetében a lobbifogadóterülete az a helyiség, ahonnan a szálláshely egyéb egységei megközelíthetőek, jellemzően nem tartózkodó, hanem közlekedő helyiség. A lobbik szerepe napjainkban létfontosságú a szállodák esetében, a vendégek megérkezéskor és távozáskor is megfordulnak itt, ezért a lobbiberendezése meghatározhatja a vendég benyomását az egész szállodáról, maradandó esztétikai élményt nyújthat. A szállodai lobbifogadóterület egy olyan központi hely, amely meghatározza az egész szálloda hangulatát (Kilburn, 2018). Tekinthető a szálloda szívének is, amely folyamatosan lüktet, dinamikus mozgásban van, néha pedig megáll (Countryman & Jang, 2006). Mivel jelentős szerepet játszik az első benyomás kialakításában, a szállodatulajdonosok, a szálloda-menedzsment tagjai és a tervezők egyre nagyobb figyelmet fordítanak a lobbifogadóterület transzformációjára, és a vendégszobákról a közösségi terekre helyezik a hangsúlyt (Song et al., 2022).

Mіндеzeket szem előtt tartva kulcsfontosságú, hogy a szállodatulajdonosok ne csak az új szállodák nyitáskor, hanem a már üzemeltetés alatt álló szállodák esetében is a tervezők segítségét kérve újítsák meg a közösségi terekben elérhető

szolgáltatások körét, és a legapróbb részletekig átgondolva, tudatosan tervezzék meg a szállodai lobbik berendezését (Juhász-Dóra & Ilyés, 2023). Ha a közösségi terek térbeli kialakítása megfelel a vendégigényeknek, akkor hosszú távon befolyásolható a vendégek viselkedése, növelhető a vendégek által a szállodában eltöltött idő, a vendéglégedettség és a költség nagysága is.

A tanulmányban alkalmazott módszertan a szakirodalmi áttekintés. A szakirodalmi áttekintések az elméletalkotás folyamatának a középpontjában állnak, hozzájárulásokkal alapot teremtenek az elméletek kidolgozásához (Post et al., 2020). Ebben a tekintetben a szakirodalmi áttekintések fontos szerepet játszanak egy adott témakörben a tudomány jelenlegi állásáról szóló kollektív gondolkodás és párbeszéd elősegítésében (Paul et al., 2023), és további tudományos viták ösztönzésében (Patriotta, 2020). A szakirodalom tanulmányozása egyike azoknak az alapvető módszereknek, amelyek alkalmazásával ötletek fejleszthetők, tudás hozható létre (Clark & Key, 2021). A szisztematikus szakirodalmi áttekintések lehetővé teszik a kutatók számára a szakirodalom hiányosságainak megfogalmazását, kutatási rések azonosítását és a témában elérhető korábban született szakirodalom kritikus vizsgálatát átlátható és szintetizáló módon (Paul & Criado, 2020).

## **A VÁROSI SZÁLLODÁK KÖZÖSSÉGI TEREI**

A közösségi terek vizsgálata napjaink aktuális kutatási témája a városi térpályán belül mind földrajztudományi és társadalomtudományi megközelítésből, szállodaiipari kontextusban többek között az építészet, ingatlanhasznosítás és a vendégélmény perspektívájából. Az üzleti életben számos szakkikk született szálloda-menedzsment (Durst, 2018), szállodai beruházások (Keller & Burke, 2016), ingatlanhasznosítás (Manley, 2018), szállodai design (Allister, 2017), hibrid és multifunkcionális terek vizsgálatára fókuszálva (Oey et al., 2018), a tudományos életben különböző területek (gazdálkodástudomány, társadalomtudomány, szociológia, építészettudomány, építészetpszichológia, környezetpszichológia,

marketing) kutatói számos aspektusból tárgyalták a szállodai lobbik átalakulását (Alfakhri et al., 2018, Allister, 2017, Baek & Ok, 2017, Bartlett, 2022, Manley, 2018, Nanu et al., 2020, Zemke et al., 2017). A tudományos szakirodalom a legtöbb esetben a szállodai lobbikat csak érintőlegesen, alfejezetekként taglalja, ezért nem nyújtanak részletesen betekintést a különböző kategóriájú szállodák közösségi tereinek a működésébe. Számos esetben a szakirodalom csak egy-egy elem vagy tényező kiemelésével foglalkozik (Allister, 2017, Baek & Ok, 2017, Mundy, 2008) és a lobbik egyes részeinek a vizsgálatára (Alfakhri et al., 2018, Cheng et al., 2016, Countryman & Yang, 2006) vagy a szállodai vendégek viselkedésére és elégedettségére fókuszál ((Naqshbandi & Munir, 2011, Oey et al., 2018, Sarmah et al., 2018, Song et al., 2022), azonban a teljes koncepciót, a kínált szolgáltatások körét és a lobbik szerepét a szálloda történetének kontextusában nem azonosítja. A város térszervező funkciói földrajzi és társadalmi szempontból kiemelt fontosságúak (Enyedi, 2009). Az idő múlása nem csak az épületek külső szerkezetén vagy a műemlék épületeken hagyott nyomot, hanem a város- és térszerkezet fejlődésében is megmutatkozik, a hotelek elhelyezkedése is visszavezethető történelmi okokra (Batista e Silva et al., 2018). A város lakó olyan komplex környezetben él, amelyet egyszerre keretez a város természeti környezete, a város épített környezete és a város gazdasági-társadalmi környezete, ezáltal egyszerre érzékeli a három környezet hatását (Enyedi, 2009). Az időben és térben megjelenő, majd elmúló építészeti alkotások, környezeti és társadalmi kölcsönhatások eredményeként kerülnek egymás mellé a városok fizikai terében (Alföldi, 2015).

A tér és a térbeliség témaköre nem csak a földrajztudományi, hanem a társadalomtudományi kutatások területén is időről-időre visszatérő motívum (Berki, 2015). A turizmus társadalomtudományos vizsgálata három kulcsfogalom mentén csoportosítható: tér, idő és idegenség (Kramer & Lutz, 1992). A szociológusok közül Georg Simmel fektette le a tér társadalomtudományos alaptételeit, a *The Sociology of Sociability* c. tanulmánya napjainkban is aktuális

kérdéseket vizsgál. Simmel (1949) a tér szisztematikus szociológiai elméletét és keretrendszerét kutatta, több aspektus mentén vizsgálta a tér alapminőségeit, az észlelt és társadalmilag releváns jellemzőit, a térbeli képződmények létrejöttének okait és a társadalmi folyamatok térbeli leképeződését elemezte (Berger, 2016). Ray Oldenburg, folytatva Simmel kutatásait, a közösségi terek társadalmi szerepének a vizsgálatára fókuszált, és megalkotta a „*harmadik hely*” fogalmát (Oldenburg, 1989). A definíciója alapján az első hely az otthon, a második a munkahely, a harmadik pedig egy olyan független közösségi tér, amely számos alulról építkező kezdeményezés és a társadalom aktív színtere. Oldenburg (1989) definíciója alapján a szállodák is azonosíthatóak harmadik helyként egy-egy városban, ha színteret biztosítanak a különböző társadalmi rétegek tagjainak és csoportjainak az interakcióra és a kommunikációra. A köztes terek a megszokott társadalmi hálókon kívüli terek összességét jelentik, a családi és munkahelyi szociális térpályán kívül eső kapcsolati hálót jelenti. A várost alkotó különböző elemek mozaikdarabokként egymás mellé illetve megfelelő esetben többletjelentést hordozó komplex egészet alkotnak (Alföldi, 2015). Az állandóan változó, dinamikus mozgásban lévő város visszatükrözi az ott zajló életet.

*„A városok történelméből nem a színes események érdekesek, hanem azok a hosszan tartó folyamatok, a longue durée, a múlt pályái, nem az eseménytörténet, hanem a társadalom- és gazdaságtörténet”* (Enyedi, 2009:29). Ezen meghatározó folyamatok hosszú távon akkor is tovább élnek, ha változások következnek be, ugyanis a „*város szelleme, az értékrendje, az épített környezete nagy túlélő*” (Enyedi, 2009:29).

A szállodák építészeti és tervezési folyamataiban is megfigyelhető az idő múlásával a földszinti és az emeleti funkciók kettéválasztása, a különböző terek különböző hasznosítása a fogyasztói élmény növelése céljából (Benkő, 2017, Heide et al., 2007, Hory et al., 2017, Walls et al., 2011).

A szállodai lobbik közösségi tér funkciót tölt be, társadalmi interakciók színhelyeül szolgál (Berens, 1997, Countryman & Jang, 2006, Juhász-Dóra, 2017). A szállodai lobbiban egyszerre dolgozhatnak és szórakozhatnak mind a belföldi és a külföldi



vendégek (Naqshbandi & Munir, 2011), a szállodák közösségi terei napjainkban már multifunkcionális terekké avansáltak (Song et al., 2022). A városi luxusszállodák olyan élménykomplexumok, ahol lehetőség nyílik szórakozásra, pihenésre, a közösségi terekben az adott kor legszínvonalasabb szolgáltatásainak igénybevételére vagy akár luxustermékek megvásárlására, továbbá az új technológiai megoldásoknak köszönhetően a közösségi terek üzleti sarkaiban és munkaállomásain akár munkavégzésre is lehetőség nyílik.

A lobbiban egyszerre funkcionál a szolgáltatásokat értékesítő és a szolgáltatást-igénybe vevő területként is, például a recepció és a vendéglátó-egységek szolgáltatásai révén, a vendég a szálloda munkatársainak a segítségével a lobbiban rendel taxit, itt érdeklődik a szállodában vagy a városban elérhető szolgáltatásokról. Marketing-szemléletű megközelítésben a szállodai lobbiban *„egy olyan fizikai létesítmény, amelyben a szolgáltatást nyújtják, és fogyasztják egyszerre”* (Zeithaml et al., 2006:317). Mundy (2008) a hotel lobbiban többfunkciós szolgáltatási térként definiálja, utalva a szolgáltatások széles körére, amelyek a területén elérhetőek. Egy másik definíciója szerint a lobbiban az a hely, ahol a *„köz- és a privát világ találkozik”* (Berens, 1997:13). Ez a meghatározás utal egyrészt a vendégkör sokszínűségére, továbbá a lobbiban komplex funkcióira is. A szállodák különböző szabadidős és üzleti rendezvények, hazai és nemzetközi események színterei, lobbijaik egyaránt kínálnak szolgáltatásokat a szállodák lakóinak és a külső látogatók számára.

Wu és szerzőtársai (2023) kutatási részként azonosítják a nyilvános terek szerepét a vendégélmény szempontjából, és felhívják a figyelmet arra, hogy a jövőben a közösségi terek a vendégélményre és a viselkedésre gyakorolt hatásainak a vizsgálata szükséges. A természetes elemek alkalmazása a közösségi terekben egy olyan eszköz, amely javítja a szálloda vendégek pozitív érzelmi és viselkedési reakcióit (Han et al., 2019, Lee, 2019). A természetes elemek, mint például a zöld növények, virágágyások, víz, akváriumok, élőlények, madarak és pillangókertek telepítése a szolgáltatáskörnyezetben, egy innovatív megközelítés, amelyet

biofilikus tervezésnek neveznek. Kellert és Calabrese (2015) megállapították, hogy a biofilikus design alkalmazásának az előnyei közé tartoznak az emberek közötti pozitív interakciók elősegítése, valamint a fizikai környezethez és helyhez való érzelmi kötődés növelése.

Az üzleti életből származó szakcikkek elsősorban a vendégélmény szemszögéből és az üzleti megtérülés szempontjából vitatják meg a lobbik transzformációját. A szállodatulajdonosok már évek óta figyelmet fordítanak a szállodai közösségi területek felújítására, a lobbik tervezésekor a legfontosabb gyakorlati szempontok a világítás, a nyitott alapterület, a berendezés és a bútorok típusai és stílusai, a biofilikus elemek, a recepció alakja és mérete, a porta elhelyezése, az étel- és italállomások elhelyezkedése, a csomagszállító kocsik és a kapcsolódó berendezések elhelyezése, a környező területre vonatkozó információk elhelyezkedése és bemutatása és az elektromos csatlakozók és töltőállomások elosztása és biztosítása a vendégek számára.

A nemzetközi szállodaláncok és szállodacsoportok esetében már eddig megfigyelhető gyakorlat volt, hogy egyes nemzetközi márkák célközönsége az adott város lakói az egyes programok vagy események, rendezvények révén (Juhász-Dóra, 2020). A technológia fejlődése lehetővé tette, hogy a design és funkció szempontjából megújuló szállodai közösségi terek megfeleljenek a közösségi irodák elvárásainak is (Sarmah et al., 2017), a megújult szállodák lobbija üzleti megbeszélések és a munkavégzés színtere is egyben. A globalizáció által vezérelt dinamikus változó üzleti környezet nagy mértékben támogatta a digitális gazdaságban rejlő különböző lehetőségek kiaknázását, többek között az online térben megszervezett, alkalmi és a távolról történő munkavégzés elterjedését eredményezte (Oey et al., 2018). Napjainkban már lehetőség nyílik akár egyszerre több folyamat vagy feladat elvégzésére, így a technológia a rugalmas, személyre szabott munkavégzést teszi lehetővé. A hivatásurizmus különböző formái is átalakuláson mentek keresztül az elmúlt években, egyes szállodák már ún. „co-working” hotelekként funkcionálnak, kifejezetten az üzleti

vendégek igényeire specializálódva. A szálloda lobbik hagyományosan a társadalmi interakciók fő színtere, ahol a vendégek és a helyiek egyszerre dolgoznak és játszanak (Naqshbandi & Munir, 2011). A digitális nomádok és az üzletemberek is szívesen ötletelnek, és töltik munkaidejüket inspiráló helyeken, kávézóknak, vendéglátó-egységekben vagy akár luxusszállodák tereiben. A szállodák a fogyasztói igényekre reagálva nemzetközi szinten átalakították belső tereiket, a privát és közös terek felosztása során a hatékony kapacitáskihasználtságot helyezték előtérbe (Oey et al., 2018), a régi tárgyalótermeiket átalakították, a szabadidős eseményekre (koncertek, kézműves tanfolyamok, könyveddikálás) és üzleti megbeszélésekre egyaránt felkészültek.

A Covid-19 világvilágjárvány az elmúlt években a fogyasztói szokások változását felgyorsította, a mindennapi élet és a munkavégzés színterei mellett nem csak a turisztikai szolgáltatók üzleti modelljeiben ment végbe változás, hanem a szolgáltatások fizikai környezetében is. Szálláshelypiaci trendként jelent meg a szállodai közösségi terek újragondolása a megváltozott fogyasztói igényeknek való megfelelés a vendégélmény biztosítása céljából.

A térhasználattal kapcsolatos folyamatok és a szálláshelypiaci átrendeződés megértéséhez múltbeli események, jelenségek feltárása és ok-okozati összefüggések időbeli értelmezése szükséges (Juhász-Dóra, 2022). A tér és a társadalom kölcsönhatásban vannak egymással, a térbeli változások elválaszthatatlanok a társadalmi változásoktól, és a társadalmi változások elválaszthatatlanok a térbeli változásoktól (Berki, 2015). A városokat egyben közösségek is alkotják, amelynek lakossága állandó változásban van (Glaeser, 2020). A városépítész-elmélet kategóriapárjai közül a zártság és a nyitottság paradoxona összekapcsolja a városforma és a térhasználat vizsgálatát (Benkő, 2017). A városokat a különböző társadalmi rétegek be- és kiáramlása teszi dinamikussá, teret biztosítva a gazdasági és kulturális gyarapodásnak. A városi lépték lehetővé teszi a színházak, múzeumok és éttermek által generált állandó költségek biztosítását. A fejlesztések és az egyes épületek, létesítmények

funkcióinak a meghatározása során a használó szegmens igényeire szükséges fókuszálni, a fogyasztói társadalom igényeinek megfelelően az egyes épületeket új funkciókkal, városban betöltött szerepkörrel ruházzák fel. Egy városi szálloda közösségi terei, rendezvényhelyszíne vagy akár a vendéglátó-szolgáltatásai vonzóak lehetnek a helyi lakosok számára (Emontspool & Woodward, 2018, Juhász-Dóra, 2017). Egy vendéglátó-egység esetében meghatározó szereppel bír a megközelíthetősége és a szállodán belüli elhelyezkedése, előnyt jelent, ha az utcafrontról közvetlen megközelíthető, továbbá, ha a szolgáltató-egység terasszal is rendelkezik (Hory et al., 2017). A fizikai környezet átalakítását a társadalmi változás indukálja, ezek a folyamatok egymástól elválaszthatatlanok (Benkő, 2017). A szállodák belső tereinek a kialakítása azonban nem csak a fogyasztók igényeinek való megfelelés alapján történik, megalapozott üzleti szempontok és döntések húzódnak mögötte, ugyanis összefüggés azonosítható a szállodai ingatlanfejlesztés gazdaságossága és a szálloda köz- és magántereinek a kialakítása között (McNeill, 2008). A szállodák típusaiknak és üzemeltetési formáiknak megfelelően különböző szerepet töltenek be a társadalmi és a gazdasági életében. A városi-, üzleti és konferenciahotell szolgáltatásai és berendezései révén hozzájárulnak az üzleti tárgyalások és munka sikeréhez, amikor üzleti céllal érkező vendégeket fogadnak, konferenciák, sajtótájékoztatók vagy egyéb szakmai rendezvények színhelyül szolgálnak (Kovács, 2009). A nagy üzemméretű, több szobaegységgel és nagyobb befogadóképességű közösségi terekkel rendelkező luxusszállodák tudományos találkozók, kongresszusok, kulturális és egyéb szabadidős, illetve sport- és üzleti események kiemelt helyszínei. A történelmi múlttal bíró különleges szállodaépületek szabadidős rendezvények, találkozók, bálók vagy társas rendezvények gyakori helyszínei. A luxusszállodák elsődleges funkciója a szálláshely- és egyéb szolgáltatások nyújtása a szálloda vendégei számára, míg másodlagos céllal kiegészítő szolgáltatásokat és közösségi teret nyújtanak a városlakóknak és a betérő vendégeknek (Juhász-Dóra, 2017). Egy szállodavállalat hosszú távú sikerének titka, ha minél jobban beépül a helyi

környezet üzleti és társadalmi életébe (Kovács, 2009), a lokális kapcsolatok többirányú kiépítésével és erősítésével a helyi közösség társadalmi életének központjává, kiemelt találkozóhelyévé válhat.

## **A SZÁLLODAI SZOLGÁLTATÁSKÖRNYEZET**

A modern építészeti és technológiai megoldásoknak köszönhetően egyre változatosabb a szállodák belső tereinek a berendezése. A szállodai szolgáltatáskörnyezetnek szignifikáns szerepe van a vendég tartózkodása alatt a vendégélmény megteremtésében, de már a vendégtartózkodást megelőzően a szálláshely kiválasztásakor is. A vendéglégedettség és a jövőbeli visszatérés szempontjából is meghatározó a szolgáltatáskörnyezet. Berens egy másik definíciója szerint a „*lobbi, önmaga a desztináció*” (1997:13), utalva az atmoszféra és design kiemelkedő szerepére, amelyek segítségével a szállodai épületbe érkező vendégeket egy varázslatos tájra vagy különleges helyszínre repítik. A különböző fogyasztói szegmensek különböző elvárásokkal és szükségletekkel, vágyakkal érkeznek a szállodába, azonban ezeknek a kívánásoknak már az épített környezeti elemek révén is meg kell felelni, nem csak a szolgáltatások nyújtása során (Curtis, 2001). A szabadidős utazók általában nyugodt, meleg üdvözlésre vágnak, a hétköznapi sűrűségéből szeretnének kiszabadulni, váratlan, szokatlan élményekben részesülni, míg az üzleti utazók köre számára nélkülözhetetlenek a hatékony munkavégzés eszközei, a design és a modern szolgáltatások (Bollerey, 2012).

## 1. táblázat. Hotelscape elméleti keret

Hotel belsőépítészeti design elemek				
Fő elemek: Színek, Fények, Berendezés, Stílus, Elrendezés		Kiegészítő elemek: Tér, Környezeti feltételek, Technológia, Műtárgyak, Nagy ablakok, Természeti elemek		
Funkcionális Design		Esztétikai design		
Holisztikus észlelés				
Szimbolikus jelentés		Értékkeremtés		Élményformálás
Érték a szálloda-vállalat számára		Érték a vendégek számára		
Érzelem befolyásolása				
Pihenés		Szórakozás		Elégedettség
Viselkedést befolyásol				
Eltöltött idő	Lojalitás	Társadalmi interakció	Ár- érzékenység	Szájreklám

*Forrás: Saját szerkesztés (2022) Alfakhri et al., 2018 és Jubász-Dóra, 2020 alapján*

A szállodai szolgáltatásokat, a belső design elemeket és a fogyasztói viselkedést helyezi elméleti keretrendszerbe az Alfakhri és szerzőtársai (2018) által meghatározott szállodai szolgáltatáskörnyezetre fókuszáló modell, amely a szállodai környezet fogyasztói szempontból szignifikáns fizikai elemeit listázza (1. táblázat). A *hotelscape* kifejezést Alfakhri és szerzőtársai (2018) jegyezték először, amelyet Bitner (1992) *servicescape* modellje inspirált. Hasonlóképpen szolgáltatáskörnyezetet jellemez a *dinescape* modell (Ryu & Yang, 2008), amelyet később Yang és szerzőtársai fejlesztettek tovább, és alkották meg a *restaurantscape* modellt, amely a vendéglátó-szolgáltatások fizikai környezetére fókuszál.

A *hotelscape* elméleti keret elemei lehetővé teszi a szálloda belső környezetének a fogyasztó, a szállodai vendég szempontjából történő értékelését. A belső tér fogyasztói észlelésében hangsúlyos szerepet tölt be az esztétikai és a funkcionális

design. A szálloda belsőépítészeti design elemeit két nagyobb csoportba lehet sorolni, fő és kiegészítő elemeket lehet megkülönböztetni. Alfakhri és szerzőtársai (2018) a fő elemek között a színt, fényt, berendezést, stílust és alaprajzot sorolják, míg a kiegészítő elemek között említik a teret, a környezeti feltételeket, a technológiát, a természetes elemeket, a nagy ablakokat és a műtárgyakat. A szállodai szolgáltatáskörnyezetre fókuszáló modell új megközelítésben tárgyalja a szálloda belső fizikai környezetét, ugyanis a vizsgálat fókuszába helyezi a funkcionális és esztétikai design szerepét a térészlelés során, továbbá a holisztikus megközelítés szerint viselkedést befolyásoló tevékenységeket azonosít: értékteremtés, szimbolikus jelentés, élmény átalakítás, érzelm kiváltása és a viselkedés befolyásolása.

A szakirodalom áttekintése alapján megfigyelhető, hogy a különböző design elemek szerepe domináns a szállodák és a szállodai lobbik esetében (2. táblázat). Napjaink trendjei közé tartozik a több funkciót integráló, vagyis multifunkcionális lobbis design, azonban a különböző épületek és létesítmények esetében eltérő design elemek kapnak hangsúlyos szerepet. Egy luxusszálloda esetében meghatározó a miliő szerepe, egy műemlék épületben azonban meghatározó a történelmi múlt és az örökséggel való kapcsolat. Michalkó (2023) megfogalmazása szerint a miliő magába foglal élő- és élettelen környezeti elemeket, tárgyakat és embereket, másrészt bizonyos társadalmi és kulturális gyakorlatokat, amelyek befolyásolják a vendég viselkedését. A kortárs építészeti koncepciók alapja, hogy a történelmi múlt értékeire alapozva, a kulturális és helyi értékeket megőrizve nyújtanak szolgáltatásokat mind a jelen és a jövő vendégei számára. A fizikai környezet elemei meghatározóak a vendég szálláshely-választási döntése során már a vendég tartózkodása előtt, a tartózkodás alatt a vendéglégedettség, vendégélmény, és a tartózkodás után is a lojalitás és visszatérés szempontjából.

## 2. táblázat. Design elemek a szállodai lobbikban

Design elemek	Szakirodalmi hivatkozások
Kulturális örökséggel való kapcsolat	Timothy & Gelbman (2015) Ong et al. (2015) Dewiyana et al. (2016) Xie & Shi (2019)
Művészeti koncepciók	Cheng et al. (2016) Lin (2016)
Milió elemei	Shi & Wang (2013) Dixon & Aldous (2014) Ahmad et al. (2018) Alfakhri et al. (2018) Heesup & Sunghyup (2019) Nanu et al. (2020)
Moduláris kialakítás	Generalova et al. (2016) Gao et al. (2019) Wuni & Shen (2019)
Zöld értékek	Hays & Ozretić-Došen (2014) Lai (2016) Vargas et al. (2017) D'Souza et al. (2021) Song et al. (2022)

*Forrás: Saját szerkesztés, 2023, Huang & Tsaih, 2022 alapján tovább gondolva*

A 2. táblázat is rávilágít arra, hogy a design elemek alkalmazása a lobbikban egy napjainkban aktuális téma, számos kutatás vizsgálati tárgya. A lobbiban alkalmazott design elemek közé sorolható a kulturális örökséggel való kapcsolat, a művészeti koncepciók megjelenítése, a millió elemei, a zöld értékek és a moduláris kialakítás. Számos kutató (Gao et al., 2019, Generalova et al., 2016, Wuni & Shen, 2019) felfigyelt arra, hogy nem elegendő a belső terek berendezéseire fókuszálni a fizikai környezet vizsgálata során, hanem az elrendezés szerepe is domináns. A környezetpszichológiai kutatások gyakran tárgyalt témaköre a fogyasztói viselkedés különböző berendezésű terekben, a lobbik esetében kiemelt figyelmet érdemel a moduláris kialakítás. Napjainkban a szállodai létesítmények esetében gyakran alkalmazott tervezési és közkedvelt



belsőépítészeti megoldás, hogy a kiemelkedő nagyságú közösségi tereket több alfunkcióval látják el, és úgynevezett modulokra, alegységekre osztják. Egy szálloda esetében ilyen modul a recepció területe, a lobbis várakozó, nappali funkciót betöltő területe, szuvenírbolt vagy egyéb helyi terméket vagy szolgáltatást értékesítő egység, vendéglátó-szolgáltatás területe, munkaterület, amely a munkavégzés, networking vagy tanulás színterét biztosítja.

## **TRADÍCIÓ ÉS INNOVÁCIÓ A VÁROSI SZÁLLODÁK KÖZÖSSÉGI TEREIBEN**

A városok az innováció motorjaiként összekapcsolják a helyi lakóközösség tagjait egymással, továbbá tárt kaput biztosítanak különböző kultúrák befogadása céljából (Glaeser, 2020). *„A város, mint szerveződés maga időtlen mert az, maga a társadalom, térben és időben állandóan változó organizmus, amelynek változásának erejét, irányát és dinamikáját az alkotóelemei közötti interakciók és kölcsönhatások adják”* (Alföldi, 2015:24). Egy városi szálloda közösségi terei hasonló funkciókat és feladatokat látnak el, mint egy szálloda a városban. A szállodai lobbis a vendéggel való első találkozás színtere, a szállodai tartózkodás kiindulópontja. A fogyasztó, a szállodai vendég a szállodába való belépés során nem csak közvetlenül szolgáltatást vesz igénybe, hanem az egész őt körülvevő fizikai teret és környezetet észleli, „fogyasztja”, ez a tapasztalat értéket teremt mind a vendég, és a szállodai szolgáltató számára is, érzelmeket válthat ki, és befolyásolja a viselkedést (Countryman & Jang, 2006). Napjainkban a szállodai vendég számos előzetes elvárással érkezik a szállodába, stílusos, kényelmes, luxuskörnyezetet követel, kreatívan berendezett, 24/7 rendelkezésre álló személyzettel, design-elemekkel felszerelt, autentikus környezetben, magas színvonalú szolgáltatásokkal (Curtis, 2001). A kortárs lobbis feladata egyszerre közvetíteni a szálloda üzenetét, és összekapcsolni a külső- és a belső- épített környezetet, atmoszférát, a szolgáltatást a vendég elvárásaival. A modern lobbis feladata, hogy egyszerre tükrözze a divatot,

a technológiai vívmányokat, a szórakozási lehetőséget, a munkaterületet, de a zajoktól távol eső nyugodt pihenősarkot is megtestesítse (Collins, 2001).

A következőkben egy 2023-ban publikált nemzetközi lista kerül röviden bemutatásra, amely a világ 29 legkülönlegesebb szállodai lobbijait rangsorolja. A lista a Loveexploring, egy online utazási magazin oldalán érhető el, amely utazással kapcsolatos tippeket és fotókat oszt meg az utazóközönséggel.

A 3. táblázat a teljesség igénye nélkül felsorakoztatja a listázott szállodai lobbik közül azt a 13 követendő példát, ahol a lobbik városi szállodában található. Ismertetésre kerülnek továbbá a lobbik egyedi jellemvonásai és azon elemei, amelyek segítségével a lobbik a helyi tradíciók megőrzése mellett innovatív funkciót tölt be.

Egyes városi szállodák közösségi tereiben tett séta olyan élmény, mintha a vendég egy kortárs művészeti galériában tenne látogatást. Napjainkban számos városi szálloda a történelmi múlt és a helyi kultúra elemeit felsorakoztatva művészeti térként vagy múzeumként rendezi be a lobbikat vagy annak egy részét. Azon városok esetében, ahol a művészet, a kultúra, a design kiemelkedő szereppel bír, a szállodai lobbik ezeket az értékeket is tükrözik.

Az Egyesült Államokban található **St. Louis Union Station Hotel** lenyűgöző lobbija megőrizte múltbéli elegáns báját, napjainkban sem hagyja feledésbe merülni az épület egykori funkcióját, ugyanis egykor a Union Station nagycsarnokaként működött. Az aranyozott motívumokkal, lendületes boltívvel díszített magas mennyezet minden este életre kel, amikor esténként 3D-s modern fényjátékot rendeznek. Repülő madarak, egy akváriumi jelenet és más animációk, valamint az egykori állomásról és utasairól készült fotók kelnek életre a történelmi csarnok tereiben.

### 3. táblázat. A fizikai környezet elemei és a lobbis innovatív funkciója a vizsgált szállodákban

Szálloda neve <i>város, ország</i>	Tradíció és innováció a városi szállodák közösségi tereiben
<b>St. Louis Union Station Hotel</b> <i>Missouri, USA</i>	történelmi múlt digitális felidézése - fényjátékokkal pillanatképek és videók az épület előző funkciójáról a vonatállomásról
<b>Radisson Blu Hotel Zürich Airport</b> <i>Zürich, Svájc</i>	átlátszó impozáns üvegből készült bortároló a lobbis középpontjában, Angyaltoronyban artista művészi játéka
<b>Hilton Foshan</b> <i>Foshan, Kína</i>	tágas tér, pompás lobbis akvárium, fényjáték, egyedi étterem nyitott és zárt terek kombinációja, kint és bent paradoxona
<b>Makati Shangri-La</b> <i>Manila, Fülöp-szigetek</i>	hatalmas csillár, grandiózus üvegfelületek, virágdíszek, élő zenekar, panoráma a kertre és a vízesésre, nyitott és zárt terek kombinációja
<b>Al Bustan Palace Ritz-Carlton Hotel</b> <i>Maszkat, Omán</i>	intarziás falak, helyi művészek által készített egyedi mozaikok, 38 méter magas kupola, szökőkút, hárfaművész, helyi művészet, tradicionális designelemek megjelenítése
<b>Sir Adam</b> <i>Amszterdam, Hollandia</i>	élő DJ, eredeti műalkotások, játékasztalok, hintaágyak „The Hub” - innovatív központ, minőségi időtöltés színtere
<b>Hotel ICON</b> <i>Hong Kong, Kína</i>	hatalmas vertikális függőkert, ókori Szemiramisz függőkertjének megelevenedése, belső kert a zárt térben „kisvárosban a nagyvárosban”
<b>ME Dubai</b> <i>Dubai, UAE</i>	futurisztikus épület, a többszintes lobbis hullámzó erkélyekkel „futurisztikus úrhajók” a „szolgáltató- állomások”
<b>Four Seasons Hotel George V</b> <i>Párizs, Franciaország</i>	luxus belső tér, firenzei csillár, bronzszobrok, kézzel készített faliszőnyegek, márványpadló, kreatív élővirág dekoráció folyamatosan változó luxusmilió – élő dekoráció virágkölteményekből
<b>ITC Grand Chola</b> <i>Chennai, India</i>	helyi kultúra tradicionális elemei, történelem ihlette luxus időutazás - múzeumi funkciók, márványlépcsők Chola birodalom által inspirált kézzel készített műalkotások
<b>Aman Tokyo</b> <i>Tokió, Japán</i>	hagyományos és modern elemek, technológiai megoldások, meditatív sziklakert, ikebana virágok, csendes menedék a nyüzsgő városban
<b>The Langham</b> <i>Jakarta, Indonézia</i>	grandiózus tér, kristálycsillár, kristálypillangók, márványburkolat, helyi állatvilág, őserdei pillangók megjelenítése luxus formában
<b>Mandarin Oriental Bangkok</b> <i>Bangkok, Thaiföld</i>	padlótól a mennyezetig érő ablakok, történelmi részletek, díszes faragványok, templomi harangcsillárok, őrző elefántok, buja zöld növények, okos megoldások és modern design párosítása
<b>La Mamounia</b> <i>Marrákes, Marokkó</i>	klasszikus tradicionális marokkói design, díszes csempeburkolat, díszes mozaikok, buja növények, történelmi múlt, tradicionális riad, a lobbis fókuszpontja a színek kaleidoszkópja

*Forrás: Saját szerkesztés, Loveexploring, 2023 alapján*

A reptéri szállodák különleges létesítmények, az átutazó vendégforgalom specializálódnak, a vendégek rövid ideig tartózkodnak ezen szállodákban, azonban a szállodai vezetők igyekeznek különleges szolgáltatások révén élménnyé varázsolni az itt töltött időt. Egy ilyen példa, a Svájcban található **Radisson Blu Hotel Zürich Airport** szálloda, amelynek lobbija a borkedvelők paradicsoma. A lobbó központi eleme egy impozáns bortároló, amely a padlótól a mennyezetig érő több mint 15 méter magas átlátszó torony, több mint 4000 palackbornak és pezsgőnek ad otthont. Amikor a vendég egy üveg bort rendel, egy artista művészi játéka tárul a lobbó vendégei elé, ugyanis a borangyalt megtestesítő artista, felrepül, hogy a hatalmas építmény megfelelő polcáról leemelje a megfelelő italt.

A Kínában található **Hilton Foshan** a város legtágasabb lobbijával rendelkezik. A lobbó középpontjában egy hatalmas, több mint ezer élő halat tartalmazó akvárium is található. A szállodai étterem részét képező akvárium felett vendégasztalok és ülőhelyek találhatóak, esténként fényjátékban úszik a különleges tér. Európa méltán híres szállodája, a Németországban található Radisson Collection Hotel Berlin szintén a lobbó közepén található henger alakú akvárium, az AquaDom révén vált híressé, amelyet a német főváros egyik fő turisztikai látványosságaként tartottak számon. A hatszintes akvárium 2022 decemberében megsérült, és szétrobbant, a 16 méter magas és 11,5 méter átmérőjű tartályból az összes víz, benne 1500 fél különböző trópusi hallal együtt kiömlött. A robbanás hatására kitörték az ajtók és ablakok, bútorokat és törmeléket sodort a víz az utcára (Turizmus.com, 2022). A Fülöp-szigetek fővárosában, Manilában található a **Makati Shangri-La** szálloda, melynek grandiózus terei és üvegfelületei révén megtöri a kint és bent paradoxonát, lehetőséget kínálva arra, hogy a vendég bentről a szállodából élvezze a külső környezetet. A lobbó hatalmas csillár és virágdíszek gazdagítják, a padlótól a mennyezetig érő ablakokon keresztül buja kertekre és vízesésekre nyílik kilátás. Omán fővárosában, Maszkatban az

az **Al Bustan Palace Ritz-Carlton** szálloda lobbija egy 38 méter magas kupolával és egy 4 tonnás kristálycsillárral büszkélkedhet. A kupolás mennyezetet és az intarziás falakat különleges mozaikok díszítik, még egy hárfaművész is hozzájárul a lobi hangulatához, akit a vendégek hallgathatnak, miközben gyönyörködnek a belső tér varázslatos pompájában. A lobbik belső tereinek a kialakítása és a berendezése azonban nem minden esetben a minél magasabbra törő kupolákról és a luxuselemekről és -kiegészítőkről szól. A Hollandia fővárosában, Amszterdamban található **Sir Adam Amsterdam North** szálloda lobbija, a The Hub a *minőségi beszélgetés, a minőségi sör és a minőségi zene* központja (Sirhotels, 2023). A szállodaépület ínycsok burgerbüfét, szigetbárt élő DJ-szettekkel és egy folyami teraszt is kínál látogatói számára, a közösségi térben eredeti műalkotások, játékasztalok és hintaágyak találhatóak. A szálloda lobbija komplex funkciót tölt be, találkozóhelyként és a kikapcsolódás színtereként szolgál, a külföldi turistákat és a helyi lakosokat egyaránt megszólítja szolgáltatásaival. A zenekedvelők számára zenei könyvtár is elérhető, a bakelitlemezekből álló válogatásokból a szálloda eklektikus és emlékeztető hangsvot biztosít az itt tartózkodás alatti emlékeztető élményhez.

A természet a növények által a belső tér élő elemeként jelenik meg a hongkongi **Hotel ICON** szálloda közösségi tereiben. Az ókori világ csodája, Szemirámisz függőkertje elevenedik meg a szálloda lobbijának egyik falán pontosan 230 négyzetméternyi területen, a függőkert majdnem egy teljes háromszintes falat ölel fel természetközelséget biztosítva a városi szállodában. Az Egyesült Arab Emírségek területén található a méltán híres Zaha Hadid építész által tervezett **ME Dubai** kívülről űrhajónak tűnő futurisztikus épülete, többszintes lobbiját hullámszerű erkélyek és lekerekített, íves formák jellemzik. A vendégek a lobbiba betérve azt érezhetik, mintha egy futurisztikus űrhajóra szálltak volna fel, a szolgáltató-területek külön lehatárolt bázisokként, űrállomásokként jelennek meg. Franciaország fővárosában, a Párizsban található **Four Seasons Hotel George V** szállodában minden a luxusról árulkodik, a firenzei csillártól és a

bronzszobroktól kezdve az eredeti faliszőnyegeken át a márványozott padlóig, ami viszont igazán különlegessé teszi ezt a lobbit, az a folyamatosan változó élővirágokból álló kompozíció. Az egyedi szín- és virágkombinációkból álló kiállítás rendszeresen változik, az évszaknak, különböző alkalmaknak és helyi szokásoknak és ünnepeknek megfelelően. A helyi kultúra mellett a történelmi múlt megjelenítésével emelkedik ki a kortárs szállodák közül az **ITC Grand Chola** szálloda lenyűgöző méretével és pompájával Dél-India egykori legnagyobb birodalma, a Chola-dinasztia előtt tiszteleg. A palotának négy külön bejárata van, mindegyik bejárathoz külön lobbij tartozik, amelyek külön művészeti identitással büszkélkednek. Mindegyik közösségi térben a design és esztétika a történelmi múlt jegyeivel együttesen biztosítják a luxusszolgáltatások élvezetét az egyedi miliőben. A főbejáratnál a vendégeket a Chola birodalom által inspirált kézzel készített műalkotások és márványlépcsők fogadják. A helyi kultúra, a tradíció és az innováció egyszerre jelenik meg a modern, monokróm **Aman Tokyo** japán szállodában. A belső térben a hagyományos elemeket, mint például a japán kézművességet (washi papír) ötvözik az okos, innovatív megoldásokkal. A szálloda a város nyüzsgése felett egy toronyépület 33. emeletén található magasan fekvő városi menedékhelyként szolgál. A lobbij tágas teret nyújtva 30 méter magas belmagassággal rendelkezik, vízjátékkal, két meditatív sziklakerttel és ikebana virágdíszekkel biztosítja a tradicionális japán vendéglátást.

Az indonéz fővárosban nemrégiben megnyitott **The Langham** szálloda Jakarta üzleti negyedében található, és egy lenyűgöző, 11 méter magas, márvánnyal burkolt közösségi térben fogadja vendégeit. A lobbij legimpozánsabb látványossága a központi helyen elhelyezkedő nagy csillár, amely 3000, a levegőben lebegő kristálypillangót ábrázol. Az egyedi csillár neves fénytervezők tervei alapján készült, az indonéziai esőerdők ihlették, amely rengeteg pillangónak ad otthont. A belső tér épített környezetében a világításnak köszönhetően életre kel éjszaka a helyi élővilág.

A Chao Phraya folyóra néző **Mandarin Oriental Bangkok** szálloda közösségi tereit a padlótól a mennyezetig érő ablakok, a történelmi részletek és a díszes faragványok teszik különlegessé. A nemrégiben felújított lobbiban megmaradtak a történelmi templomi harangcsillárok és az őrző elefántok, amelyeket buja zöld növényekkel és modern design elemekkel párosították. Éjszaka egyedi világítás kelti életre az elcsendesedő belső teret. A pezsgő marokkói főváros számos látnivalóval büszkélkedik, a **La Mamounia** szálloda előcsarnoka a Marrákes legmeghökkenőbb helyszínei közé tartozik. A történelmi és fényűző riad belső udvarában található lobbija a színek kaleidoszkópja. A tradicionális marokkói elemeket idéző, lenyűgöző csempeburkolat, díszes mozaikok és gyönyörű növények várják a látogatókat. A lobbija fedett, zárt része szintén esztétikus, vörös plüssbársony bútorokkal, márványpadlóval és hatalmas csillárokkal díszített.

Egyszerre időtlen modern, ragyogó és meghitt, befelé és kifelé forduló, fényűző és hiteles, mitikus és vibráló, az idén 100 éves jubileumot ünneplő „a La Mamounia egyszerre minden” (La Mamounia, 2023). A Marrákes szívében található palotaszálló egyedülálló élményeket, páratlan és utánozhatatlan érzelmeket és felejthetetlen pillanatokot kínál. A szálloda a marokkói életművészetet közvetíti, minden egyes hagyományos faajtó mögött húzódó vendégszobában olyan fényűző menedéket található, ahol a stílus és a kényelem egyszerre jelenik meg egy olyan légkörben, amely ötvözi a marokkói kézművességet és a kortárs dizájnt.

A múltban a szállodák többsége főleg egy vendégtípusra fókuszált, mint célközönség, és ritkán volt arra példa, hogy egyidőben találkozzon az arisztokrata szabadidős céllal utazó vendég az üzleti utazóval egy szálloda lobbijában. Ezzel ellentétben, ma már a legtöbb városi szálloda különböző időszakokra és napszakokra szegmentálva széles körben szólítja meg a célszegmenseit. Napjainkban a városi szállodák lobbijai „*barmadik helyként*” funkcionálnak, meghatározó szerepük van a helyi lakosok és a külföldi vendégek összekötésében,

továbbá elengedhetetlen szerepük van a különböző társadalmi csoportok közötti párbeszéd kialakításában.

## **ÖSSZEGZÉS ÉS KÖVETKEZTETÉSEK**

A közösségi terek szerepe meghatározó a szállodákban, jelen tanulmány fókuszpontja a városi szállodák lobbija, amely a legtöbb szállodai szolgáltatásfolyamat kiinduló- és végpontja. A megváltozott szálloda-menedzsment és szállodaüzemeltetési feltételek eredményeképpen a szállodaiiparban a tradicionális elemek megőrzése mellett különböző innovációk kerültek bevezetésre, új üzleti modellek terjedtek el, amelyek radikális mértékben transzformálták a vendéglátás és a szálláshely-szolgáltatás folyamatait és rendszerét.

A szolgáltatáskörnyezet fizikai elemei szignifikánsak a vendégút minden szakaszában, a szállodai tartózkodást megelőzően, közben, és utána is. Az építészetpszichológiai tanulmányok (Doğan et al., 2013) és a design fókuszpontú kutatások (Heide et al., 2007) is rávilágítanak a közösségi terek vizsgálatának fontosságára. A modern lobbija egyszerre tükrözi a divatot, a legmodernebb technológiai vívmányokat, szórakozási lehetőséget nyújt, munkaterületet biztosít, miközben a zajoktól távol eső nyugodt pihenősarkot is megtestesíti, egyszerre funkcionál művészeti térként, munka-, pihenő-, szórakozó- és rendezvényterületként. A városi szállodai lobbija egyszerre nyújt különböző szolgáltatásokat a szabadidős és üzleti céllal érkező vendégeknek a lobbija különböző területein. A szállodai közösségi terekben számos kiaknázatlan lehetőség rejlik további új szolgáltatások bevezetésére, ahol a szállodák a vendégek széles körét fogadhatják a különböző szolgáltatásaik révén. A városi szállodák közösségi terei napjainkban „harmadik helyként” funkcionálnak, meghatározó szerepük van a közösségek szempontjából a társadalmi kohézió fenntartásában és a különböző csoportok közötti kommunikáció fenntartásában. A harmadik helyek lehetőséget biztosítanak arra, hogy a különböző társadalmi rétegek tagjai



találkozzanak egymással, szórakozzanak, dolgozzanak vagy jobban megismerjék egymást (Oldenburg, 1989). A nemzetközi versenyben a városi szálloda a lokális értékekre alapozva új célszegmenseket szólíthat meg, a helyi kultúrát és a történelmi múltat bemutató modern kiállításokkal edukációs céllal.

A tanulmányban vizsgált hazai és nemzetközi szakirodalom (Alfakhri et al., 2018, D'Souza et al., 2022, Heesup & Sunghyup, 2019, Juhász-Dóra, 2022, Michalkó, 2023, Nanu et al., 2020, Walls et al., 2011, Wuni & Shen, 2019) megerősíti, hogy a szolgáltatáskörnyezet és a design elemek szerepe domináns a városi szállodák közösségi tereiben. A szakirodalmi áttekintés kiindulási alapot nyújt a kutatók álláspontjának a feltárásához és további jövőbeli kutatási irányok meghatározásához egy adott tudományos témakörben (Patriotta, 2020, Paul et al., 2023).

Menedzseri megközelítésből a szállodaiparban hangsúlyos szerepe van a városi szállodák közösségi tereiben elérhető szolgáltatáskínálat bővítésének a hozamenedzsment elveinek követése céljából. A szállodatulajdonosok kiemelt figyelmet fordítanak a szálloda külső megjelenésére, különösképpen a szálloda lobbijára, mivel ez az első benyomás kialakításának az alapja (Kilburn, 2018, Song et al., 2022). A célpiacnak és célszegmensnek megfelelő belsőépítészeti stílus kiválasztása rendkívül fontos a vendéglégedettség szempontjából, ezért a szállodatulajdonosok gyakran külön erre a területre szakosodott belsőépítészeket bíznak meg a szállodai lobi átalakításával és modernizálásával. A lobbiban nyújtott szolgáltatáspaletta színesítése nemzetközi szinten megfigyelhető szállodai trend, melynek célja a szállodában eltöltött idő és a vendéglégedettség növelése, továbbá a vendég jövőbeli visszatérése. A városi szállodák versenyelőnyt szerezhetnek azáltal, ha a történelmi múlt értékeire alapozva, a kulturális és helyi értékeket megőrizve kínálják egyedi és személyre szabott szolgáltatásaikat vendégeik számára.

A szállodák közösségi tereinek a vizsgálata számos további kérdést vet fel, jövőbeli kutatási irányként azonosítható a különböző típusú és üzemméretű

szállodák közösségi tereinek a vizsgálata, a közösségi terekben kínált szolgáltatások azonosítása, továbbá a szolgáltatáskörnyezet kialakításának és berendezésének a kutatása.

## IRODALOMJEGYZÉK

1. Ahmad, H., Fazilah, F.M. & Suhardi, B.M., 2018. Public Preferences toward Shopping Mall Interior Landscape Design in Kuala Lumpur, Malaysia. *Urban Forestry & Urban Greening*, 30, 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2017.12.019>
2. Alfakhri, D., Harness, D., Nicholson, J. & Harness, T., 2018. The role of aesthetics and design in hotelscape: A phenomenological investigation of cosmopolitan consumers, *Journal of Business Research*, 85, 523-531. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.031>
3. Alföldi, Gy., 2015. Habilitáció - Tanulmányok. Jövő városa – Budapest 2050. Budapest: Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Építőművészeti Doktori Iskola.
4. Allister, E., 2017. Millennial by Design: How Millennials Tastes are Shaping Hotel Design. [online] <https://www.hoteliermagazine.com/millennial-design-millennial-tastes-shaping-hotel-design/> (2023. 01. 22.)
5. Aubert-Gamet, V. & Cova, B., 1999. Servicescapes: From modern non-places to postmodern common places. *Journal of Business Research*, 44(1), 37-45. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00176-8](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00176-8)
6. Baek, J. & Ok, C.M., 2017. The power of design: how does design affect consumers' online hotel booking?, *International Journal of Hospitality Management*, 65, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.05.001>
7. Bartlett, I., 2022. Workplace Trends: Reinventing the Office Lobby [online] <https://www.workdesign.com/2022/01/2022-workplace-trends-reinventing-the-office-lobby/> (2023. 01. 22.)
8. Batista e Silva, F., Herrera, M.A.M., Rosina, K., Barranco, R.R., Freire, S. & Schiavina, M., 2018. Analysing spatiotemporal patterns of tourism in Europe at high-resolution with conventional and big data sources, *Tourism Management*, 68, 101-115. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.02.020>
9. Benkő, M., 2017. Zárt/nyitott – Városforma és térhasználat, Építés – Építészettudomány, 45(3-4), 327-339. <https://doi.org/10.1556/096.2017.45.3-4.5>
10. Berens, C., 1997. Hotel Bars and Lobbies, McGraw-Hill, NewYork.
11. Berger, V., 2016. Georg Simmel térelmélete(i), *Szociológiai Szemle*, 26(2), 4-28.
12. Berki, M., 2015. A térbeliség trialektikája, *Tér és társadalom*, 29(2), 3-18. <https://doi.org/10.17649/TET.29.2.2658>

13. Bitner, M.J., 1992. Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees, *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71. <https://doi.org/10.1177/002224299205600205>
14. Bollerey, F., 2012. Setting the stage for modernity –the cosmos of the hotel, In: Avermaete, T. & Massey, A., ed., 2012. *Hotel Lobbies and Lounges, The Architecture of Professional Hospitality*, Routledge, <https://doi.org/10.4324/9780203137505>
15. Cheng, J.S., Tang, T.W., Shih, H.Y. & Wang, T.C., 2016. Designing Lifestyle Hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 58, 95-106. <https://doi:10.1016/j.ijhm.2016.06.010>
16. Clark, T. & Key, T.M., 2021. The methodologies of the marketing literature: Mechanics, uses and craft. *AMS Review*, 11(3), 416-431. <https://doi.org/10.1007/S13162-021-00210-2>
17. Collins, D., 2001. *New Hotel: Architecture and Design*, Conran Octopus.
18. Countryman, C.C. & Jang, S., 2006. The effects of atmospheric elements on customer impression: the case of hotel lobbies, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(7), 534-545. <https://doi.org/10.1108/09596110610702968>
19. Curtis, E., 2001. *Hotel Interior Structures*, Wiley-Academy: London.
20. D'Souza, C., Apaolaza, V., Hartmann, P. & Brouwer, A.R., 2021. Marketing for Sustainability: Travellers' Intentions to Stay in Green Hotels. *Journal of Vacation Marketing*, 27(2), 187–202. <https://doi:10.1177/1356766720975063>
21. Dewiyana, E., Ibrahim, N. & Hajar, N. H., 2016. The Green Aspects of Adaptive Reuse of Hotel Penaga, *Procedia, Social and Behavioural Sciences*, 222, 631-643. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.220>
22. Dixon, G.R. & Aldous, D.E., 2014. An Introductory Perspective to Horticulture: Plants for People and Places, Volume 1. In *Horticulture: Plants for People and Places*, edited by G. R. Dixon and D. E. Aldous, 1–25. New Delhi: Springer Netherlands
23. Doğan, H., Nebioğlu, O., Aydın, O. & Doğan, I., 2013. Architectural innovations are competitive advantage for hotels in tourism industry? What customers, managers and employees think about it?. *Procedia-social and behavioral sciences*, 99, 701-710. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.541>
24. Durst, C.S., 2018. Defining the 2019 hotel lobby. *Lodging Magazine*. [online] <https://lodgingmagazine.com/defining-the-2019-hotel-lobby/> (2023.01.12.)
25. Emontspool, J. & Woodward, I., 2018. *Cosmopolitanism, Markets and Consumption: A Critical Global Perspective*. Palgrave Macmillan, London.
26. Enyedi, Gy., 2012. *Városi világ*, Budapest, Magyarország, Akadémiai Kiadó.
27. Gao, S., Jin, R., & Lu., W., 2019. Design for Manufacture and Assembly in Construction: A Review. *Building Research & Information*, 48(5), 538-550. <https://doi:10.1080/09613218.2019.1660608>

28. Generalova, E.M., Generalov, V.P. & Kuznetsova, A.A., 2016. Modular Buildings in Modern Construction. *Procedia Engineering*, 153, 167-172. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2016.08.098>
29. Glaeser, E., 2020. A város diadala, Pallas Athéné Könyvkiadó, Budapest.
30. Han, H., Moon, H. & Kim, W., 2019. The influence of international tourists' self-image congruity with a shopping place on their shopping experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 101-109. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.08.003>
31. Hays, D. & Ozretić-Došen, D., 2014. Greening Hotels - Building Green Values into Hotel Services, *Tourism and Hospitality Management*, 20(1), 85-102. <https://doi.org/10.20867/thm.20.1.7>
32. Heesup, H. & Sunghyup, S. H., 2019. Green Indoor and Outdoor Environment as Nature-based Solution and Its Role in Increasing Customer/employee Mental Health, Well-being, and Loyalty, *Business Strategy and the Environment*, 28(4), 629–641. <https://doi.org/10.1002/bse.2269>
33. Heide, M., Lærdal, K. & Grønhaug, K., 2007., The design and management of ambience—Implications for hotel architecture and service, *Tourism Management*, 28(5), 1315-1325. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.01.011>
34. Hory, G., Major, Z., Müllner, P. & Benkő, M., 2017. Exploration of spatial design issues at backpacker hostels in Budapest's historic center: Informality, density, and adaptability, *Frontiers of Architectural Research*, 6(2), 157-168. <https://doi.org/10.1016/j.foar.2017.02.005>
35. Huang, H. & Tsaih, L.S., 2022. Prioritizing hotel lobby design factors: perspectives of hotel operators in China, *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, <https://doi.org/10.1080/13467581.2021.1966016>
36. Juhász-Dóra, K. & Ilyés, N., 2023. A designmódszerek mint innovációs katalizátorok alkalmazása a szállodákban. *Turizmus Bulletin*, 23(1), 25-33. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2023v23n1.3>
37. Juhász-Dóra, K., 2017. Analysis of additional hotel services in the international luxury hotels – a case-study from Budapest, *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 11(1), 884-892. <https://doi.org/10.1515/picbe-2017-0094>
38. Juhász-Dóra, K., 2020. Vendégtér-paradoxon: Budapesti luxusszállodák miliője a helyi társadalom szemszögéből [Paradox of Guest Space : Milieu of luxury hotels in Budapest from the perspective of local society] 190 p., Doktori disszertáció.
39. Juhász-Dóra, K., 2022. A luxusszállodai miliő transzformációjának időbeli dimenziói. *Turizmus Bulletin*, 22(1), 13-25. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n1.2>
40. Keller, L.A. & Burke, J., 2016. The financial impact of hotel renovations. *Hotel Online*. [online] <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4079832.html> (2022.09.10.)

41. Kellert, S. & Calabrese, E., (2015). The practice of biophilic design. <https://www.biophilic-design.com/>
42. Kilburn, H., 2018. Spotlight on: Storytelling in the Hotel Lobby. [online] <https://hoteldesigns.net> (2022.09.10.)
43. Kovács, I., 2009. A szálloda, mint termék, In: Papp Ilona, ed., 2009. Szálloda- és vendéglátásmenedzsment. Budapest: Akadémiai Kiadó.
44. Kramer, D. & Lutz, R., 1992. Resisen und Alltag, Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Tourismus-Forschung, Traveling and Everyday Life: Contributions to Tourism Cultural Studies, Frankfurt.
45. La Mamounia, 2023. La Mamounia Marrakech. [online] <https://mamounia.com/en/> (2023. 01. 22.)
46. Lai, J. H. K., 2016. Energy Use and Maintenance Costs of Upmarket Hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 56, 33-43. <https://doi:10.1016/j.ijhm.2016.04.011>
47. Lee, S. H., 2019. Effects of biophilic design on consumer responses in the lodging industry. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 141-150.
48. Lin, I. Y., 2016. Effects of Visual Servicescape Aesthetics Comprehension and Appreciation on Consumer Experience. *Journal of Services Marketing*, 30(7), 692-712. <https://doi:10.1108/JSM-08-2015-0258>
49. Loveexploring.com, 2023. The world's most beautiful Hotel Lobbies. [online] <https://www.loveexploring.com/galleries/68429/the-coolest-hotel-lobbies-in-the-world?page=1> (2023. 01. 22)
50. Manley, B., 2018. Hotel owners focus renovations on public spaces. Hotel News Now. [online] <https://www.costar.com/article/2010011461/hotel-owners-focus-renovations-on-public-spaces> (2023.01.22.)
51. McNeill, D., 2008. The hotel and the city, *Progress in Human Geography*, 32(3), 383-398. <https://doi.org/10.1177/0309132508089096>
52. Michalkó, G., 2023. A turizmus esszenciája. Akadémiai Kiadó. [online] <https://mersz.hu/michalko-a-turizmus-esszenciaja-uj/>
53. Mundy, J., 2008. Wide Open Spaces. *Hotelier*. 20(6), 44-46.
54. Nanu, L., Ali, F., Berezina, K. & Cobanoglu, C., 2020. The effect of hotel lobby design on booking intentions: An intergenerational examination, *International Journal of Hospitality Management*, (89) 102530 <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102530>
55. Naqshbandi, D.M. & Munir, R., 2011. Atmospheric elements and personality: Impact on hotel lobby impressions. *World Applied Sciences Journal*, 15(6), 785-792. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2361143>
56. Oey, D., Bruggen, M. V. & Hoogendoon, E., 2018. Coworking Hotels Industry Report, Horwath HTL, Hotel, Tourism and Leisure.

- [https://www.hotelnewsresource.com/pdf18/HHTL\\_112618.pdf?utm\\_source=HTrends&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=HTrends-Publish](https://www.hotelnewsresource.com/pdf18/HHTL_112618.pdf?utm_source=HTrends&utm_medium=referral&utm_campaign=HTrends-Publish) (2023. 01. 22.)
57. Oldenburg, R., 1989. *The Great Good Place*. New York: Marlowe & Company.
  58. Ong, C.E., Minca, C. & Felder, M., 2015. The Historic Hotel as ‘Quasi-freedom Machine: Negotiating Utopian Visions and Dark Histories at Amsterdam’s Lloyd Hotel and Cultural Embassy, *Journal of Heritage Tourism*, 10(2), 167-183. <https://doi:10.1080/1743873X.2014.985223>
  59. Patriotta, G., 2020. Writing Impactful Review Articles, *Journal of Management Studies*, 57(6), 1272-1276. <https://doi.org/10.1111/joms.12608>
  60. Paul, J. & Criado, A.R., 2020. The art of writing literature review: What do we know and what do we need to know?, *International Business Review*, 29(4), 101717 <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101717>
  61. Paul, J., Khatri, P. & Duggal, H.K., 2023. Frameworks for developing impactful systematic literature reviews and theory building: What, Why and How?, *Journal of Decision Systems*, <https://doi.org/10.1080/12460125.2023.2197700>
  62. Post, C., Sarala, R., Gatrell, C. & Prescott, J. E., 2020. Advancing theory with review articles. *Journal of Management Studies*, 57, 351–76. <https://doi.org/10.1111/joms.12549>
  63. Ryu, K. & Jang, S., 2008. Dinescape: a scale for customers’ perception of dining environments, *Journal of Foodservice Business Research*, 11(1), 2-22. <https://doi.org/10.1080/15378020801926551>
  64. Sarmah, B., Kamboj, S. & Rahman, Z., 2017. Co-creation in hotel service innovation using smart phone apps: an empirical study, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Volume 29 Issue 10, 2647- 2667.
  65. Shi, J.Y. & Wang, Y., 2013. On Green Interior Design. *Advanced Materials Research*, 838-841, 2842–2845. <https://doi:10.4028/amr.838-841.2842>
  66. Simmel, G., 1949. The Sociology of Sociability, *American Journal of Psychology*, 55, 254-261. <https://doi.org/10.1086/220534>
  67. Sirhotels, 2023. Sir Adam Hotel North. [online] <https://www.sirhotels.com/en/adam/> (2023. 01. 22.)
  68. Song, C., Ali, F., Cobanoglu, C., Nanu, L. & Lee, S. H. J., 2022. The effect of biophilic design on customer's subjective well-being in the hotel lobbies, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 52, 264-274. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.07.008>
  69. Timothy, D. J. & Gelbman, A., 2015. Tourist Lodging, Spatial Relations and the Cultural Heritage of Borderlands. *Journal of Heritage Tourism*, 10(2), 202-212. <https://doi:10.1080/1743873X.2014.985227>
  70. Turizmus.com, 2022. Megsemmisült Berlin egymillió literes akvárium. [online], <https://turizmus.com/szallashely-vendeglatas/megsemmisult-berlin-egymillio-literes-akvariuma-1184500> (2023. 01. 22.)

71. Vargas, G., Lawrence, R. & Stevenson, F., 2017. The Role of Lobbies: Short-term Thermal Transitions. *Building Research & Information*, 45(7), 759-782. <https://doi:10.1080/09613218.2017.1304095>
72. Walls, A., Okumus, F. & Wang, Y.C., 2011. Understanding the Consumer Experience: An Exploratory Study of Luxury Hotels. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 22(2), 166-197. <http://dx.doi.org/10.1080/19368623.2011.536074>
73. Wu, L., Liu, P. & Le, D., 2023. The role of public space in constructing experience capital: A longitudinal analysis in the hotel context, *Tourism Management*, 97, 104735, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104735>
74. Wuni, I. Y. & Shen, G.Q., 2019. Critical Success Factors for Modular Integrated Construction Projects: A Review, *Building Research & Information*, 48, 763-784. <https://doi:10.1080/09613218.2019.1669009>
75. Xie, P. F. & Shi., W. L., 2019. Authenticating a Heritage Hotel: Co-creating a New Identity. *Journal of Heritage Tourism*, 14(1), 67-80. <https://doi:10.1080/1743873X.2018.1465062>
76. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. & Gremler, D. D., 2006. *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. Boston, MA: McGraw-Hill/Irwin.
77. Zemke, D.M.V., Chen, Y.S., Raab, C. & Zhong, Y., 2017. Hotel design, guest satisfaction, and behavioural intentions. *Anatolia*, 28(3), 338-350. <https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1319868>

ISSN 2630-886X

18  57

**BGE**