

MSc Teodora Petković, student doktorskih studija,

Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Trg Dositeja Obradovića 3, 21000 Novi Sad, teodora.5kovic@gmail.com

dr Jelena Tepavčević, Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Trg Dositeja Obradovića 3, 21000 Novi Sad, jelenat@dgt.uns.ac.rs

ORCID 0000-0003-4202-4687

dr Ivana Blešić, Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Trg Dositeja Obradovića 3, 21000 Novi Sad, ivana.blesic@gmail.com

ORCID 0000-0003-2534-3280

DOI 10.5937/turpos0-62137

UDK 338.482:314/316

338.488.2:640.412

747:728.5

Originalni naučni rad /Original scientific paper

RAZUMEVANJE PREFERENCIJA GOSTIJU PREMA DIZAJNU HOTELSKIH PROSTORA KROZ SOCIODEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE

UNDERSTANDING GUESTS' HOTEL DESIGN PREFERENCES THROUGH SOCIODEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS

Apstrakt. Dizajn enterijera danas ima sve važniju ulogu u hotelijerstvu, budući da direktno utiče na utisak gosta, njegovo zadovoljstvo i odluku o ponovnoj rezervaciji usluga. Savremeni hoteli više nisu samo mesta za prenoćište, već prostori koji stvaraju doživljaj i emociju. U tom kontekstu, stil uređenja postaje ključni element koji odlikuje identitet hotela i imidž. Ovaj rad ispituje razlike između modernog i klasičnog stila uređenja hotelskih soba i lobija, kao i preferencije gostiju prema određenom stilu u zavisnosti od njihovih sociodemografskih karakteristika. Istraživanje je sprovedeno putem online ankete u Republici Srbiji i obuhvatilo je 186 ispitanika. Dobijeno je da sociodemografske karakteristike u velikoj meri ne utiču na preferencije prema određenim stilovima. Rezultati su pokazali da se ispitanici u većoj meri opredeljuju za moderni dizajn, dok klasični stil i dalje ima značajnu vrednost zbog osećaja topline i udobnosti koji stvara. Dobijeni podaci ukazuju na to da je dizajn enterijera mnogo više od vizuelnog utiska – on je važan alat za stvaranje prepoznatljivosti i lojalnosti

Abstract. Interior design today plays an increasingly important role in the hospitality industry, as it directly affects guests' impressions, their satisfaction, and their decision to make repeat bookings. Modern hotels are no longer merely places to stay overnight, but spaces that create experiences and evoke emotions. In this context, the style of interior design becomes a key element that defines a hotel's identity and image. This study examines the differences between modern and classical styles in the design of hotel rooms and lobbies, as well as guests' preferences for a particular style depending on their sociodemographic characteristics. The research was conducted through an online survey in the Republic of Serbia, including 186 respondents. The results indicate that sociodemographic characteristics largely do not influence preferences for specific styles. Findings show that respondents tend to prefer modern design, while the classical style still holds significant value due to the sense of warmth and comfort it provides. The data suggest that interior design is much more

gostiju. Rezultati istraživanja takođe pružaju smernice za strateško planiranje renoviranja i ulaganja u enterijer, fokusirajući se na elemente koji najviše doprinose zadovoljstvu i pozitivnom doživljaju posetilaca.

Ključne reči: *dizajn enterijera, hotelijerstvo, stil dizajna, estetika, percepcija gosta*

Uvod

U savremenom hotelijerstvu sve više se prepoznaje značaj dizajna enterijera u oblikovanju iskustva gosta. Prostor u kojem se boravi postao je mnogo više od funkcionalnog okvira – on utiče na raspoloženje, osećaj udobnosti i utisak o kvalitetu samog hotela. U vremenu kada gosti odluke o smeštaju donose pre svega na osnovu onog što vide na društvenim mrežama, izgled prostora često ima presudnu ulogu. Shodno tome, izbor između modernog i klasičnog stila uređenja nije samo estetsko pitanje, već i način na koji se hotel diferencira od svoje konkurencije. Moderni dizajn se zasniva na minimalizmu, jednostavnosti i savremenim materijalima, dok klasični stil odlikuju toplina, bogatstvo detalja i osećaj doma. Ovi stilovi ne utiču samo na vizuelni identitet objekta, već i na to kako se gosti emocionalno povezuju sa prostorom. Razumevanje preferencija gostiju prema određenom stilu može pomoći hotelijerima i dizajnerima da bolje prilagode svoj enterijer potrebama tržišta. Dobro urađen dizajn enterijera jednog hotela ne povećava samo ekonomsku i društvenu vrednost, već i jača identitet brenda (Bitner, 1992). Cilj ovog rada je da prikaže kako se moderni i klasični stil razlikuju u percepciji korisnika, kao i da pokaže na koji način dizajn enterijera doprinosi stvaranju jedinstvenog hotelskog iskustva i dugoročne konkurentske prednosti.

Estetika enterijera ima snažan uticaj na to kako ljudi doživljavaju prostor i kakve emocije i stavove stvaraju prema njemu. Teorija percepcije prostora ukazuje da elementi poput boja, oblika i materijala izazivaju emocionalne reakcije koje stvaraju osećaj komfora

than a visual impression – it is an important tool for creating recognition and guest loyalty. The research results also provide guidance for strategic planning of renovations and investments in interiors, focusing on elements that contribute most to guest satisfaction and positive experiences.

Keywords: *interior design, hospitality, design style, aesthetics, guest perception*

i estetskog zadovoljstva. Estetika enterijera nije samo pitanje luksuza ili ukrasa, već rezultat promišljene ravnoteže između funkcionalnosti, vizuelne jasnoće i emocionalnog doživljaja. Što je prostor jednostavniji, sa jasnim oblicima, to ga ljudi lakše prihvataju i ocenjuju kao prijatniji (Berlyne, 1971). Prostori svedenog dizajna deluju smirenije i preglednije, dok oni pretrpani detaljima mogu izazvati osećaj vizuelnog zamora (Frith & Nias, 1974). Upravo zato, savremeni stil koji se oslanja na jednostavne linije, prirodne materijale i neutralne tonove, često se doživljava kao estetski najprijatniji. Teorija obrade fluidnosti dodatno objašnjava ovu pojavu – ljudi pozitivnije reaguju na skladan dizajn, koji je jasan i lako razumljiv (Reber et al., 2004). U hotelskom prostoru, to znači da uravnotežen enterijer može doprineti većem osećaju zadovoljstva i kontrole tokom boravka.

Značaj dizajna enterijera hotela sve više se prepoznaje kao jedan od ključnih elemenata u formiranju identiteta, imidža i ukupnog doživljaja gosta. Dizajn ne predstavlja samo estetsku kategoriju već i važan faktor koji utiče na percepciju kvaliteta i zadovoljstvo gosta. Za stvaranje prostora koji ne samo da zadovoljava osnovne potrebe, već i budi emocije i osećaj pripadnosti ključno je razumevanje uloge dizajna i preferencija korisnika.

Uloga dizajna u hotelijerstvu

Istraživači u oblasti hotelijerstva pokušali su da identifikuju elemente hotelskog doživljaja i načine na koje ih gosti hotela procenjuju (Knutson et al., 2009). Mnogi od

tih elemenata zasnivaju se na uslugama, kao što su čistoća – koja se nalazi na vrhu gotovo svake liste – i iskustvo prijave i odjave iz hotela (Lockyer, 2005; Radder & Wang, 2006; Ryan & Huimin, 2007). U tom kontekstu, fizičko okruženje i dizajn enterijera postaju podjednako važni kao i kvalitet usluge, jer direktno utiču na ukupni doživljaj i percepciju vrednosti hotelskog boravka. Estetski privlačan i funkcionalan prostor ne doprinosi samo vizuelnom utisku, već i stvaranju emocionalne povezanosti između gosta i hotela. Istraživanja pokazuju da se gosti češće vraćaju u objekte u kojima se osećaju prijatno i opušteno, što dizajn enterijera čini jednim od važnijih faktora lojalnosti i zadovoljstva (Kimes, 1999). Hotelske sobe, kao najintimniji deo hotelskog prostora, imaju posebno značenje jer predstavljaju jedini privatni prostor tokom boravka. One treba da pruže osećaj sigurnosti, odmora i privatnosti (Hall, 2003). Da bi to postigle, sobe moraju biti funkcionalno organizovane u različite zone – za spavanje, odmor, rad, presvlačenje i higijenu (Trocka-Leszczyńska & Jablonska, 2015). Iako je funkcionalnost prostora od suštinskog značaja, upravo dizajn enterijera omogućava njeno ostvarenje na estetski privlačan način i istovremeno postaje važan instrument diferenciranja.

Hoteli više ne nude samo smeštaj, već i vizuelno iskustvo koje održava njihov identitet i vrednost. Gosti danas, posebno mlađe generacije, često biraju hotel prema estetici prostora, atmosferi i načinu na koji se enterijer uklapa u njihov životni stil (Bitner, 1992; Phillips, 2003; Ryan & Huimin, 2007). Zato se pored funkcionalnosti sve više pažnje posvećuje dekoraciji, svetlu, bojama i materijalima koji stvaraju prepoznatljiv i prijatan ambijent. Kvalitetno dizajniran enterijer ne obezbeđuje samo fizičku udobnost, već i emocionalnu povezanost gosta sa prostorom. Način na koji su odabrani materijali, forma i detalji prenosi određenu poruku o identitetu hotela i utiče na percepciju stila. Na taj način, dizajn postaje sredstvo komunikacije između hotela i gosta.

Jedna od novijih studija sprovedenih u

Kini pokazuje da različiti stilovi dekoracije izazivaju različite emocionalne i perceptivne reakcije kod gostiju (Xu et al., 2022). Istraživanje sprovedeno u hotelu u Guangžou, kontrolisalo je sve fizičke uslove (osvetljenje, orijentaciju i temperaturu) kako bi se utvrdilo da razlike u percepciji dolaze isključivo od stila dizajna. Rezultati su pokazali da moderni prostori stvaraju osećaj jednostavnosti i prozračnosti, dok japanski stil podstiče toplinu, harmoniju i opuštenost (Xu et al., 2022). Ovi rezultati potvrđuju da dizajn enterijera ima direktan uticaj na emocionalni doživljaj i subjektivnu procenu kvaliteta prostora. Ova saznanja potvrđuju da dizajn u hotelijerstvu nije samo pitanje estetike, već je i strateški alat koji utiče na imidž i konkurentnost hotela. Balans između funkcionalnosti, udobnosti i vizuelne uravnoteženosti ključan je za stvaranje prostora u kojem se gosti osećaju smireno, prijatno i imaju želju da se ponovo vrate (Pullman & Robson, 2005).

Moderni stil enterijera prepoznaje se po jednostavnosti oblika, funkcionalnosti i odsustvu suvišnih detalja. Dominiraju čiste linije, neutralne nijanse, obično crna i bela sa dodatkom jednom, obično pastelnom, bojom i materijali kao što su staklo, metal i beton, koji zajedno stvaraju utisak prostranosti i urednosti (Orth & Wirtz, 2014). Nasuprot tome klasični stil oblikuju elementi koji su bogato ukrašeni, topli tonovi i upotreba prirodnih materijala. Ovaj stil stvara toplinu, udobnost i povezanost sa kulturnim nasleđem, dočaravajući atmosferu doma. Moderni dizajn izaziva pozitivne reakcije kod mlađe populacije i poslovnih putnika koji teže funkcionalnosti i minimalizmu, dok klasični stil privlači goste koji cene eleganciju, emocionalnu udobnost i autentičnost prostora (Yoon et al., 2010; Pullman & Robson, 2005). Iako se moderni i klasični stil na prvi pogled čine suprotnim, savremeni trendovi u dizajnu enterijera sve češće teže njihovom spajanju. Kombinovanjem jednostavnosti i funkcionalnosti modernog stila sa toplinom i karakterom tradicionalnog, dizajneri kreiraju prostore koji zadovoljavaju i emocionalne i estetske potrebe korisnika (Lin, 2004; Orth

& Wirtz, 2014).

Metodologija istraživanja

Za potrebe izrade rada sprovedeno je anketno istraživanje elektronskim putem, posredstvom onlajn upitnika koji je distribuiran stanovništvu Republike Srbije putem društvenih mreža i raznih grupa (lokalnih zajednica, studentskih grupa, grupa za razmenu iskustva putnika...). Istraživanje je sprovedeno tokom letnjih meseci 2025. godine i ukupno je prikupljeno 186 validnih upitnika. Korišćeni upitnik se sastojao iz dva dela. Prvi deo je prikupljao podatke o sociodemografskim karakteristikama ispitanika kao što su pol, starost, stepen obrazovanja, radni status i bračni status. Pored sociodemografskih karakteristika, ispitanici su pitani i sa kim najčešće putuju. Drugi deo upitnika je prilagođen na osnovu rada Ozkana i saradnika (Ozkan et al., 2017). Ispitanici su pred sobom imali slike savremenog i klasičnog stila dizajna hotelske sobe i lobija, i izražavali su svoje preferencijale prema određenom stilu. Za ocenjivanje stepena preferencija prema određenom stilu korišćena je petostepena Likertova skala (1 – uopšte mi se ne dopada, 5 – u potpunosti mi se dopada).

Preferencije stilova u arhitektonskom i enterijerskom okruženju potvrđene su u različitim studijama (Nasar & Kang, 1989; Ritterfeld & Cupchik, 1996; Cupchik, Ritterfeld & Levin, 2003). Uprkos značaju stilova enterijerskog dizajna, malo se zna o tome kako ljudi formiraju svoje preferencije i koje stilove dizajna najviše vole u hotelskim sobama i lobijima. Ovo istraživanje se fokusira na preferencije prema stilovima dizajna u odnosu na sociodemografske karakteristike i ima za cilj da doprinese literaturi iz oblasti stavova prema određenim stilovima dizajna kako bi hotelijeri mogli da to iskoriste u cilju povećanja konkurentnosti. Na osnovu toga, postavljeno je pet hipoteza:

H₁: Postoje statistički značajne razlike u preferencijalima prema stilu dizajna hotelske sobe i lobija u odnosu na pol ispitanika.

H₂: Postoje statistički značajne razlike u preferencijalima prema stilu dizajna hotelske sobe i lobija u odnosu na starosnu dob ispi-

tanika.

H₃: Postoje statistički značajne razlike u preferencijalima prema stilu dizajna hotelske sobe i lobija u odnosu na stepen obrazovanja ispitanika.

H₄: Postoje statistički značajne razlike u preferencijalima prema stilu dizajna hotelske sobe i lobija u odnosu na radni status ispitanika.

X₅: Postoje statistički značajne razlike u preferencijalima prema stilu dizajna hotelske sobe i lobija u odnosu na bračni status ispitanika.

Rezultati

U istraživanju je učestvovalo 208 ispitanika, ali samo 186 anketnih upitnika je bilo adekvatno popunjeno. Karakteristike ispitanika su predstavljene u Tabeli 1. Uvidom u tabelu može se primetiti da je bilo dvostruko više ispitanika ženskog pola (69%) u odnosu na muški pol (21%). Posmatrajući starosnu dob, može se zaključiti da je najveći broj ispitanika koji je učestvovao u istraživanju pripadao starosnoj grupi od 26 do 35 godina (36%), i od 36 do 45 godina (30.6%), što govori u prilog tome da su uzorak najvećim delom činili mladi i ljudi srednjih godina. U uzorku su najmanje bili zastupljeni ispitanici stariji od 55 godina (4.3%). To je donekle i očekivano, uzimajući u obzir činjenicu da je kod starijih ljudi niži stepen digitalne pismenosti i da nisu toliko prisutni na društvenim mrežama, pa je samim tim i manja bila verovatnoća da su imali mogućnost da dobiju upitnik. Prema obrazovanju, nešto više od polovine ispitanika je visokoobrazovano, sa akademskim obrazovanjem (fakultet, master/magistarske i doktorat) i udeo u uzorku je 61.8%, dok 28% ispitanika ima srednjoškolsko obrazovanje kao najviši stepen obrazovanja. Više od dve trećine ispitanika su u radnom odnosu (78,5%). Prema bračnom statusu najveći broj ispitanika, gotovo polovina, su u braku sa ili bez dece (48.9%), ali je i značajan udeo slobodnih ispitanika (42.5%).

Tabela 1. Sociodemografske karakteristike ispitanika

Varijable	Frekvencija	Procent
POL		
Muški	58	31
Ženski	129	69
STAROSNA DOB		
Do 25 godina	34	18.3
26 – 35 godina	67	36
36 – 45 godina	57	30.6
46 – 55 godina	20	10.8
Preko 55 godina	8	4.3
STEPEN OBRAZOVANJA		
Srednja škola	52	28
Viša/visoka škola	19	10.2
Fakultet	68	36.6
Master/magistarske	36	19.4
Doktorat	11	5.9
RADNI STATUS		
Zaposlen	146	78.5
Nezaposlen	22	11.8
Student	18	9.7
BRAČNI STATUS		
Slobodan/na	79	42.5
U braku/bez dece	25	13.4
U braku/sa decom	66	35.5
Razveden/na	14	7.5
Udovac/ica	2	1.1

Izvor: izradili autori na bazi analize u SPSS-u, verzija 23

Deskriptivna statistička analiza

Tabela 2 prikazuje deskriptivnu statističku analizu. Na osnovu obrade i interpretacije re-

zultata sprovedene deskriptivne statističke analize može se zaključiti da ispitanici značajno više preferiraju savremeni stil u dizajnu kako hotelske sobe tako i lobija u poređenju sa klasičnim stilom. Ovakav rezultat je delimično bio očekivan s obzirom da više od

dve trećine ispitanika pripada starosnoj grupi od 26 do 45 godina, što se može smatrati mladim ljudima, za koje je i očekivano bilo da više preferiraju savremeni stil u dizajnu hotelske sobe i lobija u odnosu na klasičan stil dizajna.

Tabela 2. Deskriptivna statistička analiza

Stil dizajna	Hotelska soba		Hotelski lobi	
	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Aritmetička sredina	Standardna devijacija
Savremeni stil	3.69	1.4	3.56	1.43
Klasični stil	2.76	1.41	1.96	1.17

Izvor: izradili autori na bazi analize u SPSS-u, verzija 23

Rezultati T-testa

Za testiranje hipoteze da li postoje statistički značajne razlike u preferencijalima u odnosu na stil dizajna sobe i lobija u zavisnosti od pola primenjen je t-test nezavisnih uzoraka. Statistički značajne razlike su prisutne u preferencijalima prema savremenom stilu hotelske sobe ($t = -2.004$, $p = 0.048$), i savremenom stilu dizajna hotelskog lobija ($t = -2.981$; $p = 0.003$). Rezultati idu u pravcu koji ukazuje na to da žene više preferiraju savremeni stil dizajna od muškaraca, što bi se moglo potencijalno objasniti višim stepenom konzervatizma muške populacije

ili pak većem uticaju trendova u dizajnu na preferencijale žena koje potencijalno mogu biti verniji pratioci raznih trendova. Nema statistički značajnih razlika u preferencijalima prema klasičnom stilu dizajna ni kod hotelske sobe a ni lobija (Tabela 3). Ovakav rezultat bi se mogao objasniti činjenicom da se klasičan stil percipira kao konzistentan i prepoznatljiv, pa se slično vrednuje u različitim prostornim kontekstima. Pored toga, klasičan stil, zbog svoje tradicionalne estetike i umerenog vizuelnog izraza, ne izaziva snažne emocionalne reakcije koje bi dovele do izraženijih razlika u preferencijama. Dobijeni rezultati su delimično potvrdili H_1 .

Tabela 3. – preferencijali prema stilu dizajna u odnosu na pol

Stil dizajna	Hotelska soba			
	Muški	Ženski	T-vrednost	p
Savremeni stil	3.35	3.83	-2.004	0.048
Stil dizajna	Hotelski lobi			
	Muški	Ženski	T-vrednost	p
Savremeni stil	2.72	3.27	-2.981	0.003

Izvor: izradili autori na bazi analize u SPSS-u, verzija 23

Rezultati analize varijanse (ANOVA)

Za testiranje hipoteza koliko se preferencijali prema stilovima razlikuju u zavisnosti od starosne dobi, stepena obrazovanja, radnog i bračnog statusa ispitanika, korišćena je analiza varijanse ANOVA. Kada je u pitanju starosna dob ispitanika, rezultati su pokazali da ne postoje statistički značajne razlike u preferencijalima (*savremeni stil sobe*,

$F = 1.194$, $p = 0.315$, *klasični stil sobe*, $F = 1.091$, $p = 0.362$; *savremeni stil lobija*, $F = .472$, $p = 0.756$, *klasični stil lobija*, $F = .0925$, $p = 0.451$). Iako je pretpostavljeno da će mlađi ispitanici pokazati izraženiju sklonost ka modernom, ovakav trend nije potvrđen analizom podataka. Dobijeni rezultati sugerisu da preferencije prema određenim stilovima nisu nužno određene generacijskim razlikama, već da se mogu formirati i pod uti-

cajem drugih faktora, kao što su lična estetska iskustva, kulturni obrasci ili pak prethodna iskustva sa hotelskim smeštajem. Pol ima značajniju ulogu u oblikovanju preferencija od same životne dobi. To znači da muškarci i žene različito vrednuju određene stilove, dok se među generacijskim grupama takva razlika nije pokazala značajnom. Na osnovu prethodno navedenog, H_2 nije potvrđena.

Nisu potvrđene statistički značajne razlike u preferencijalima u odnosu na stepen obrazovanja ispitanika (*savremeni stil sobe*, $F = 0.474$, $p = 0.754$, *klasični stil sobe*, $F = 1.370$, $p = 0.246$, *savremeni stil lobija*, $F = 0.799$, $p = 0.527$, *klasični stil lobija*, $F = 1.121$, $p = 0.348$). Dobijeni rezultat bi se mogao objasniti činjenicom da preferencije prema određenim stilovima nisu zavisne od obrazovanja, već od drugih faktora poput starosne dobi, ličnih interesovanja, finansijske situacije ili životnog stila. Dobijeni rezultati nisu potvrdili H_3 .

Radni status ispitanika se nije pokazao kao diferencirajući faktor (*savremeni stil sobe*, $F = 2.604$, $p = 0.077$, *klasični stil sobe*, $F = 0.022$, $p = 0.978$, *savremeni stil lobija*, $F = 0.075$, $p = 0.928$, *klasični stil lobija*, $F = 0.364$, $p = 0.695$). Preferencije prema određenim stilovima su individualne i određene navike ili stavovi ne zavise od toga da li je neko zaposlen ili ne, već su deo šireg društvenog obrasca. Pored toga, radni status nije nužno indikator socio-ekonomskog položaja,

jer osoba može biti student, nezaposlena ili penzioner, a da i dalje ima stabilne izvore finansiranja od porodice, ušteđevine i slično. To može biti razlog što se preferencije ne razlikuju značajno među grupama. Ovim je odbačena H_4 .

Kada je u pitanju stil dizajna (Tabela 4), bračni status se pojavljuje kao statistički značajan diferencijalni faktor kod preferencija prema savremenom stilu dizajna hotelske sobe ($F = 2.687$, $p = 0.048$). Da bi se utvrdilo među kojim grupama ispitanika postoje statistički značajne razlike, primenjen je LSD post-hoc test, koji je pokazao da ispitanici koji su u braku i bez dece manje preferiraju savremeni stil dizajna u poređenju sa slobodnim ispitanicima i ispitanicima u braku koji imaju decu. Slobodni ispitanici i porodice mogu potencijalno pokazuju veću otvorenost ka savremenim trendovima i modernim sadržajima jer ih doživljavaju kao deo aktivnog i dinamičnog životnog stila. Sa druge strane, parovi bez dece često naginju stabilnijem i mirnijem načinu putovanja, gde se preferencije vezuju za udobnost i funkcionalnost, a ne nužno za estetske inovacije. U kontekstu stila dizajna hotelskog lobija, nisu potvrđene statistički značajne razlike u preferencijalima (*savremeni stil lobija*, $F = 1.009$, $p = 0.390$, *klasični stil lobija*, $F = 1.300$, $p = 0.276$). Dobijeni rezultati su delimično potvrdili H_5 .

Tabela 4. - preferencijali prema stilu dizajna u odnosu na bračni status

Stil dizajna	Bračni status				F- vrednost	p	LSD post-hoc
	Slobodan/na	U braku, bez dece	U braku, sa decom	Razveden/na			
	Hotelska soba						
Savremeni stil	3.81	2.96	3.8	3.71	2.687	0.048	2<1,3

Izvor: izradili autori na bazi analize u SPSS-u, verzija 23

Zaključak

Rezultati sprovedenog istraživanja pokazali su da dizajn enterijera ima važnu ulogu u formiranju stavova i preferencija korisnika, posebno kada je reč o izboru između modernog i klasičnog stila. Analiza dobijenih podataka ukazala je na to da ispitanici generalno više preferiraju savremeni dizajn, i u hotelskim sobama i u zajedničkim prostorima. Ovakav rezultat može se tumačiti u kontekstu savremenih trendova u estetici, gde jednostavnost, funkcionalnost i čiste linije sve češće predstavljaju meru elegancije i komfora. Posebno je zanimljivo da su žene pokazale izraženiju sklonost ka modernom stilu u odnosu na muškarce, što se može delimično objasniti činjenicom da žene češće prate trendove u uređenju enterijera, ali i da posvećuju veću pažnju detaljima i atmosferi prostora. S druge strane, odsustvo značajnih razlika po pitanju obrazovanja, starosne dobi i radnog iskustva ukazuje na to da se estetske preferencije ne formiraju isključivo kroz obrazovni sistem ili profesionalni kontekst, već da su rezultat šireg uticaja savremenog načina života, medija i društvenih mreža koje promovišu određene vizuelne standarde. Zanimljivo je da se bračni status pokazao kao faktor koji delimično utiče na preferencije. Slobodni ispitanici i oni sa decom češće su birali savremeni stil, dok su ispitanici u braku bez dece pokazali manju sklonost ka modernom dizajnu. Ovakav rezultat može biti povezan sa različitim stilovima života – slobodne osobe i porodice sa decom su obično aktivnije, i imaju veću potrebu za prostorom koji je funkcionalniji bez suvišnih detalja, što je moderni stil. Iako klasični stil nije dominantan u preferencijama, on i dalje ima važnu simboličku i emocionalnu vrednost. Toplina, autentičnost i osećaj atmosfere doma koje taj stil pruža doprinose stvaranju prijatnog boravka, što ga čini pogodnim za hotele koji žele da neguju klasičan i luksurniji imidž. Kombinovanjem oba pristupa – modernog i klasičnog – moguće je stvoriti balans koji zadovoljava potrebe različitih grupa gostiju. Dobijeni rezultati potvrđuju da dizajn enterijera nije sam estetsko pitanje,

već i važan instrument kojim hoteli grade svoj identitet i utiču na emocionalnu povezanost sa gostima. U tom smislu, razumevanje preferencija korisnika može predstavljati osnovu za donošenje odluka o stilu, materijalima i atmosferi prostora, čime se direktno doprinosi konkurentnosti i prepoznatljivosti hotelskog objekta.

Iako sprovedeno istraživanje pruža važne uvide u preferencije korisnika u pogledu savremenog i klasičnog dizajna enterijera u hotelima, neophodno je istaći ograničenja koja mogu uticati na generalizaciju rezultata. Prvo, uzorak je bio ograničen na određenu geografsku oblast, što znači da rezultati odražavaju preferencije ispitanika iz specifičnog kulturnog i društvenog okruženja. Estetske preferencije mogu značajno varirati u zavisnosti od kulture, tržišne razvijenosti i lokalnih trendova, pa bi šire i međunarodno istraživanje omogućilo preciznije poređenje i pouzdanije zaključke. Drugo, istraživanje se oslanjalo na samoprocene ispitanika, što može dovesti do subjektivnosti, socijalno poželjnih odgovora ili razlika između iskazanih preferencija i stvarnog ponašanja prilikom rezervacije hotela. Zbog toga bi kombinovanje kvalitativnih metoda, poput intervjua ili fokus grupa, kao i analiza realnih podataka o izboru hotela, dalo dublji uvid u motive korisnika.

Buduća istraživanja mogu ispitivati pojedinačne elemente dizajna kao što su osvetljenje (Park i sar., 2010) ili boje (van der Voordt i sar., 2017; Uluçay, 2025; Siamionava i sar., 2018), jer literatura o dizajnu enterijera pokazuje da korisnici ne reaguju na stil u celosti, već na kombinaciju više faktora (Ulrich et al., 2008). U modernim enterijerima, a posebno u hotelima, tehnologija se ne posmatra odvojeno od dizajna, jer utiče na atmosferu prostora, udobnost, estetiku i funkcionalnost. Buduća istraživanja bi mogla obuhvatiti i analizu tehnoloških pogodnosti u sobama (*in-room technology amenities*; npr. Bilgihan i sar., 2016), kako bi se ispitalo na koji način pametni sistemi, digitalne kontrole i druge tehnološke funkcije doprinose percepciji modernog dizajna i ukupnom korisničkom iskustvu.

Zahvalnost

Istraživanja je finansiralo Ministarstvo nauke, tehnološkog razvoja i inovacija Republike Srbije (Ev.br. 451-03-137/2025-03/200125 i 451-03-136/2025-03/200125).

Literatura

- Berlyne, D. E. (1971) *Aesthetics and psychology*. New York: Meredith Corporation.
- Bilgihan, A., Smith, S., Ricci, P. and Bujisic, M., (2016). *Hotel guest preferences of in-room technology amenities*. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Vol. 7(2), pp.118-134.
- Bitner, M. J. (1992) *Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees*. *Journal of Marketing*, Vol. 56(2), pp. 57–71.
- Cupchik, G. C., Ritterfeld, U. and Levin, J. (2003) *Incidental learning of features from interior living spaces*. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 23(2), pp. 189–197.
- Frith, C. D. and Nias, D. K. B. (1974) *What determines aesthetic preferences*. *The Journal of General Psychology*, Vol. 91, pp. 163–173.
- Hall, E. T. (2003) *Ukryty wymiar*. In: Hołowska, E. (ed.) *Warszawskie Wydawnictwo Literackie "MUZA"* SA. Warsaw.
- Kimes, S. E. (1999) *The relationship between product quality and revenue per available room at Holiday Inn*. *Journal of Service Research*, Vol. 2(2), pp. 138–144.
- Knutson, B.J., Beck, J.A., Kim, S. and Cha, J., 2009. Identifying the dimensions of the guest's hotel experience. *Cornell Hospitality Quarterly*, Vol. 50(1), pp.44-55.
- Lin, I. Y. (2004) *Evaluating a servicescape: The effect of cognition and emotion*. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 23(2), pp. 163–178.
- Lockyer, T., (2005). Understanding the dynamics of the hotel accommodation purchase decision. *International Journal of contemporary hospitality management*, Vol. 17(6), pp.481-492.
- Nasar, J. L. and Kang, J. (1989) *Symbolic meanings of building style in small suburban offices*. In: *Changing Paradigms: Proceedings of EDRA* Vol. 20, pp. 165–172.
- Orth, U. R. and Wirtz, J. (2014) Consumer processing of interior service environments: The interplay among visual complexity, processing fluency, and attractiveness. *Journal of Service Research*, Vol. 17(3), pp. 296–309.
- Ozkan, A., Yildirim, K. and Tuna, D. (2017) Influence of Design Styles on User Preferences in Hotel Guestrooms. *Online Journal of Art & Design*, Vol. 5(2). 53-71.
- Park, N.K., Pae, J.Y. and Meneely, J., (2010). Cultural preferences in hotel guestroom lighting design. *Journal of Interior Design*, Vol. 36(1), pp.21-34.
- Phillips, P. (2003) Managing corporate reputation and image: The case of the hospitality industry. *Journal of Hospitality & Tourism Management*, Vol. 10(1), pp. 51–65.
- Pullman, M. E. and Robson, S. (2005) Hotels: Differentiating with design. *Informa-design: Implications*, Vol. 3(6), pp. 1–5.
- Radder, L. and Wang, Y., (2006). Dimensions of guest house service: Managers' perceptions and business travellers' expectations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 18(7), pp.554-562.
- Reber, R., Schwarz, N. and Winkielman, P. (2004) *Processing Fluency and Aesthetic Pleasure: Is Beauty in the Perceiver's Processing Experience?* *Personality and Social Psychology Review*, 8(4), pp. 364–382.
- Ritterfeld, U. and Cupchik, G. C. (1996) Perceptions of interior spaces. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 16(4), pp. 349–360.
- Ryan, C. and Huimin, G. (2007) *Perceptions of Chinese hotels: A study of customer satisfaction*. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 48(4), pp. 380–391.
- Siamionava, K., Slevitch, L. and Tomas, S.R., (2018). Effects of spatial colors on guests' perceptions of a hotel room. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 70, pp.85-94.

Trocka-Leszczynska, E. and Jablonska, J. (2015) *Interior Architecture and Humane Design*. In: Stephanidis, C. (ed.) *Universal Access in Human-Computer Interaction. Access to the Human Environment and Culture*. Lecture Notes in Computer Science, vol. 9178. Springer, pp. 390–400. [online] Dostupno na: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-20687-5_38 [Accessed 8 October 2025].

Ulrich, R.S., Zimring, C., Zhu, X., Du-Bose, J., Seo, H.B., Choi, Y.S., Quan, X. and Joseph, A., (2008). A review of the research literature on evidence-based healthcare design. *HERD: Health Environments Research & Design Journal*, Vol. 1(3), pp.61-125.

Uluçay, N.Ö., 2025. Determination of Color Preferences and Trend Colors in Hotel Room Interior Design. *Journal of Arc-*

hitectural/Planning Research and Studies (JARS), Vol. 22(1), pp. 268719-268719.

van der Voordt, T., Bakker, I. and de Boon, J., 2017. Color preferences for four different types of spaces. *Facilities*, Vol. 35(3/4), pp.155-169.

Xu, J., Li, M., Huang, D., Wei, Y. and Zhong, S. (2022) A comparative study on the influence of different decoration styles on subjective evaluation of hotel indoor environment. *Buildings*, Vol. 12(11), 1777.

Yoon, S., Oh, H. and Cho, J. Y. (2010) Understanding furniture choices using a 3D virtual showroom. *Journal of Interior Design*, Vol. 35(3), pp. 33–50.

Primljeno / Submitted: 13.10.2025.

Prihvaćeno / Accepted: 18.11.2025.

Prilozi

Izgled hotelske sobe – savremeni stil	Izgled hotelske sobe – klasični stil
	
Izgled lobija – savremeni stil	Izgled lobija – klasični stil
	