



دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

استراتژی مجدد تطبیقی از خصوصیات بناهای تاریخی در نوسازی و تغییر کاربری به بوتیک هتل

عبدالرضا محسنی^۱، نیما نجاریان^۲

۱-مدیر گروه معماری داخلی دانشگاه پارس ، mohseniabdolreza@gmail.com

۲-کارشناسی ارشد معماری داخلی دانشگاه پارس ، nimanajarian11@gmail.com

چکیده

حفاظت از تاریخ در احیای بسیاری از مرکز شهرها نقش مهمی ایفا کرده است ، و منحصر به فرد بودن و هویت یک مکان را برجسته می کند و آن را از بقیه شهر متمایز می کند [1].

این حس مکان باعث افزایش گردشگری شده است و با این کار نوع جدیدی از تجارت در مرکز شهرها شروع می شود: صنعت هتل بوتیک. صنعت مهمان نوازی به رسمیت شناخته است که تعداد قابل توجهی از افراد به دنبال تجربه ای متفاوت از هتل های سنتی هستند [2].

این مقاله بر روی شناسایی انواع مختلف استراتژی های طراحی مورد استفاده در استفاده مجدد تطبیقی از املاک تاریخی در هتل های بوتیک ، به ویژه هتل های بوتیک با طراحی تاریخی است. این نوع هتل ها نمایانگر ترکیبی متعادل بین قدیم و جدید هستند ، فضایی متمایز را با نیازهای زندگی مدرن مطابقت می دهند اما همزمان ویژگی های تاریخی تعیین کننده ساختمان را جشن می گیرند. این یک واقعیت است که صرفاً کنار گذاشتن ساختارهای قدیمی یا عدم وقوع رویداد تاریخی قابل توجهی در جامعه ، برای جامعه بسیار آسان شده است ، به گونه ای که تجزیه و تحلیل فرصت های مختلفی که این مکان ها فراهم می کنند ، هرگز انجام نمی شود.

واژه های کلیدی: بوتیک هتل ، استراتژی های طراحی ، ویژگی های تاریخی ، استفاده مجدد تطبیقی



دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

۱- مقدمه

هتل های بوتیک محبوبیت مداوم خود را در سراسر جهان پیدا می کنند ، به ویژه هنگامی که در یک مکان شهری واقع شوند. این نوع هتل ها از استانداردهای شناخته شده توسط هتل های بزرگ زنجیره ای جدا می شوند ، که در آن همه هتل ها یک مارک مهم و بدون توجه به موقعیت مکانی خود ظاهر مشابهی دارند.

مشتریان به جای مشاهده ساده هتل به عنوان محل اقامت ، به دنبال هتل می گردند تا تجربه ای را در خود فراهم کنند. در دهه ۱۹۸۰ بوتیک هتل ها به عنوان هتلی صمیمی ، شیک و پرطرفدار معرفی شدند که با سنت متفاوت است. هیچ تعریف رسمی از آنچه بوتیک هتل را ایجاد می کند وجود ندارد ، اما اغلب ، این اصطلاح برای توصیف هتل های کوچک مستقل با کمتر از ۱۰۰ اتاق استفاده می شود. [3]. اگرچه هتل های بوتیک در رسانه ها بسیار شناخته شده و مورد توجه قرار می گیرند ، اما تاریخچه آنها یک تاریخ معاصر است. هتل های کوچک فردی در مناطق شهری اروپایی معمول بودند ، اما تأثیر آنها تا زمان افتتاح هتل بلیکس در دهه ۱۹۸۰ در لندن ، انگلستان به سطح جهانی نرسید. این اولین هتل بوتیک محسوب می شود [4]. روند هتل بوتیک کمی بعد با افتتاح هتل مورگانز در سال ۱۹۸۴ وارد ایالات متحده شد [5] . هتل مورگانز ایجاد شده توسط هتلدار مشهور جهان یان شرگر و شریک زندگی خود استیو روبل بود. در واقع ، روبل بود که برای اولین بار از اصطلاح بوتیک برای اشاره به هتل خود استفاده کرد ، به عنوان روشی برای توضیح تفاوت بین مورگان ها و هر هتل دیگری که در آن زمان وجود داشت [6].

تأثیری که هتل های بوتیک بر صنعت مهمان نوازی گذاشته اند به حدی است که حتی هتل های بزرگ زنجیره ای در حال ایجاد شعبه بوتیک خود برای جذب مشتری جدیدی هستند که این نوع موسسات را انتخاب می کند [7] این نوع هتل ها بیشتر توسط افرادی بازدید می شوند که تجربه ای متفاوت از تجربه ارائه شده توسط هتل های بزرگ زنجیره ای را می خواهند. یکی از راه هایی که هتل های بوتیک یک تجربه منحصر به فرد را ارائه می دهند ، تطبیق ساختارهای تاریخی واقع در محیط های شهری است [8]. مطالعات گذشته سه نوع هتل بوتیک را که در سازه های تاریخی واقع شده اند ، شناسایی کرده است [9] .

بومی سازی این نوع هتل ها در محیط های شهری به ویژه در مناطق مرکز شهر با تزریق زندگی و درآمد جدید به مناطقی که روزگاری فراموش شده بودند ، به احیای مجدد مرکز شهر کمک می کند. مرکز شهرها زمانی مرکز زندگی و فعالیت در یک شهر را نشان می داد. این همه پس از پایان جنگ جهانی دوم هنگامی که مردم شروع به دور شدن از شهر و حومه کردند ، تغییر کرد [10] . با کمک مقرون به صرفه بودن اتومبیل برای طبقه کارگر ، مردم می توانند مسافت بیشتری را در مدت زمان کمتری طی کنند و شهر به زودی مکانی برای حرکت شد.

هنگامی که مردم به حومه شهر عزیمت می کردند ، کسب و کارها برای مهیا کردن دسترسی آسان به مشتریان خود از آنها پیروی می کردند. به دلیل این تغییر مسکونی و تجاری ، مرکز شهرها با زاغه نشینی ، عدم ایمنی و جای خالی مترادف شدند [10]. این ایده در حال تغییر است و مرکز شهرها بیش از پیش برای شهرها اهمیت پیدا می کنند. چندین شهر موفق به



دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

احیای مجدد شهرهای خود و بازگرداندن آنها به شکوه سابق خود شده اند، مانند ایتاکا، نیویورک، کلیولند، اوهایو و بینگامتون، نیویورک، به ذکر چند مورد.

تأثیر هتل های بوتیک در صنعت مهمان نوازی از طریق بازاریابی یا روایت اقتصادی به خوبی بررسی شده [3]. دامنه هتل های بوتیک، تأثیر آنها و امکان سنجی در جوامع مختلف نیز موضوع تحقیق بوده است [11].

آنچه ادبیات از آن بی بهره است، کاوش در رویکردهای مختلف طراحی است که در آن حفاظت از تاریخ، به طور خاص استفاده مجدد تطبیقی از ویژگی های تاریخی، الزامات این نوع ساختمان را برآورده می کند.

افراد به طور روزمره در معرض بسیاری از محیط های روحی و جسمی قرار می گیرند. اقامت در هتل یکی از این موارد است، چه در سال یک بار، هر چند ماه یا هر چند روز، در مورد یک فرد تجاری. روش های مختلفی وجود دارد که افراد می توانند تجربه خود را در محیط تفسیر کنند و بر اساس احساسات و رفاه تصمیم بگیرند که آیا این فضا بر آنها تأثیر مثبت دارد. صنعت هتلداری می تواند از تحقیقات انجام شده برای تجزیه و تحلیل تجربه کاربران در این فضاها که می تواند بر طراحی جدید یا طراحی مجدد بوتیک هتل هایشان تأثیر بگذارد، بیاموزد. سود این است که مصرف کننده و صاحبان کالا اطلاعات ارزشمندی در مورد نیازها کسب کنند.

۲- ادبیات طرح

بررسی ادبیات این مقاله را می توان در سه موضوع اصلی خلاصه کرد: احیا مرکز شهر، رهنمودهای حفاظت از تاریخ و هتل های بوتیک. مبحث اول، احیای مجدد مرکز شهر، حاوی اطلاعاتی در مورد کاهش و تولد دوباره شهرهای مرکزی در ایالات متحده، شاخص هایی است که باعث رونق مرکز شهر می شود، رابطه ای که بین مرکز شهر و گردشگری وجود دارد، نقشی که حفاظت تاریخی در احیای مجدد شهرها بازی می کند، استفاده مجدد سازگار از ساختارهای تاریخی و تأثیر پایدار این عمل.

۳- استفاده مجدد تطبیقی از خصوصیات تاریخی

موفقیت یک پروژه استفاده مجدد تطبیقی را از چند طریق می توان سنجید. برخی از آنها ساختمانی را که عناصر تاریخی را به عنوان بخشی از تجربه فضا به عنوان موفقیت آمیخته یا ترکیب جامعه محلی و عناصر در آن ترکیب می کند، شناسایی می کنند. با این حال، همه توافق دارند که حفظ مهمترین ویژگیهای تاریخی مهمترین قسمت یک پروژه استفاده مجدد سازگار است [12]. بروکر و استون سه نوع استراتژی طراحی را برای استفاده مجدد تطبیقی از ویژگی های تاریخی شناسایی کرده اند [13]. در کنار این استراتژی های طراحی، شش تاکتیک مکمل و بیشتر به بازسازی موفقیت آمیز یک بنای تاریخی کمک می کنند. استفاده از یک بنای تاریخی گره ای از اجتماع محلی را ایجاد می کند که باعث افزایش حس مکان ساکنان و



دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

جذب گردشگران جدید به منطقه می شود. این حس مکان همراه با افزایش علاقه به هنر و فرهنگ در جمعیت جوان، هتل های بوتیک را به مکانی برای بازدید تبدیل کرده است.

یکی از اهداف این تحقیق این است که بتوان الگوهایی را در نحوه استفاده از استراتژی های طراحی پیاده سازی شده برای هدایت طراحی هتل های بوتیک با طرح تاریخی، بدون تمایز در اندازه ساختمان و اندازه شهر، شناسایی کرد.

هدف اصلی این تحقیق پاسخ به سوالات تحقیق زیر است:

- هتل های بوتیک با طرح تاریخی چگونه شخصیت و اصالت تاریخی را حفظ می کنند؟
- استراتژی های طراحی در استفاده مجدد تطبیقی از املاک تاریخی در هتل های بوتیک با حفظ ویژگی های تعریف کننده شخصیت، چیست؟
- خصوصیات متمایز یک بوتیک با طرح تاریخی چگونه در ساختمان تاریخی موجود ادغام شده است؟

۱-۳ شاخص های موفقیت در مرکز شهر

چندین جنبه از مرکز شهر باید ارزیابی شود تا روش صحیح برنامه ریزی و توسعه احیای آن مشخص شود. از آنجا که مرکز شهرها یکسان نیستند، می توان از شاخص های مختلفی برای اندازه گیری موفقیت هر یک استفاده کرد. اما چندین اصل همپوشانی در بین نویسندگان مختلف وجود دارد. متداول ترین شاخص هایی که برای سنجش موفقیت در مرکز شهر استفاده می شود شامل توسعه خرده فروشی، تولیدکنندگان ترافیک، مسکن، قابلیت پیاده روی و حفظ تاریخی است.

منظور از توسعه خرده فروشی، مغازه های کوچک در سطح خیابان است که به منظور ایجاد ترافیک بیشتر برای عابران پیاده و جلب مردم به پیاده روها و ویتترین فروشگاه ها، به ویژه در طول روز [14]. افزایش فعالیت خرده فروشی نیز به نشانگر بعدی، تولیدکنندگان ترافیک کمک می کند. مرکز شهرها باید بتوانند انواع مختلفی از فعالیت ها را در اختیار مردم قرار دهند. این تولیدکننده های ترافیک می توانند منابع طبیعی یا ساخته دست بشر باشند [14]. مکانهایی مانند مراکز همایش ها، استادیوم ها، بازارهای خیابانی، تئاترها - امکانات بزرگی هستند که می توانند بازدیدکنندگان زیادی را به خود جلب کنند.

تولیدکنندگان ترافیک، به نوبه خود، در طول عصرها و آخر هفته ها برای مشاغل مرکز شهر مشتری فراهم می کنند و به احیای مناطق آلوده کمک می کنند [1]. مسکن یکی دیگر از شاخص های مهم موفقیت یک مرکز شهر است. استفاده مسکونی مشتری مداوم برای مشاغل منطقه برای صاحبان مشاغل فراهم می کند [14]. علاوه بر این، توانایی پیاده روی مردم از یک مکان به مکان دیگر در سنجش موفقیت یک مرکز شهر بسیار مهم است. اگر مسیرها راحت، ایمن، مهیج و لذت بخش باشند، مردم پیاده روی به مکان هایی را انتخاب می کنند. حفاظت از تاریخ همچنین با "بهره گیری از ساختمانهای معمولی متمایز و قدیمی که بسیاری از مردم جذب آنها می شوند" نقش مهمی در ایجاد شهرهای موفق شهر ایفا می کند [1].



دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

۲-۳ حفظ تاریخی و استفاده مجدد تطبیقی در مرکز شهرها

حفاظت از تاریخ در مرکز شهرها بر جشن گرفتن منطقه اصلی متمرکز است زیرا دارای هویت و ساختارهای قدیمی تجاری است، که در جای دیگری نمی توان یافت، شخصیت جامعه را مشخص می کند [14]. با توجه به اینکه بیشتر شهرها در منطقه فعلی مرکز شهر توسعه یافته اند، بیشتر ساختمانهای موجود بخشی از تاریخ جمعی و خاطرات ساکنان آن شهر است [3]. این خاطرات کلی خاطرات شخصیت جامعه و حس مکان را مشخص می کند که تحولات جدیدتر تحریک نمی کند. یکی از راههای معرفی حفاظت تاریخی در فرایندهای احیای مرکز شهر، بازسازی یا استفاده مجدد سازگار از بناهای تاریخی است.

این مفهوم شامل تبدیل ساختمان های موجود برای استفاده متفاوت است [13]. از استفاده مجدد تطبیقی به عنوان بازسازی یاد می کنند. آنها توضیح می دهند که "عملکرد واضح ترین تغییر است، اما ممکن است تغییرات دیگری ایجاد شود. تغییرات اعمال شده در ساختمان باید اهمیت تاریخی آن را در نظر بگیرد. بهترین نمونه های پروژه های استفاده مجدد تطبیقی در خصوصیات تاریخی، خصوصیات تاریخی سازه را محترم شمرده و حفظ می کنند و لایه جدیدی اضافه می کنند که به آینده ارزش می بخشد [15]."

۳-۳ مرکز شهر و صنعت هتلداری

هتل های مرکز شهر نیز صنعت دیگری بود که تا زمان معرفی خودرو موفقیت زیادی کسب کرد. با مهاجرت گسترده مردم از شهر به حومه شهرها و کاهش استفاده از راه آهن، هتل های مرکز شهر همان سرنوشت شهر را متحمل شدند [10].

امروزه، شهرها به عنوان یک محرک اقتصادی برای مرکز شهرها، به گردشگری اعتماد می کنند. حتی برخی از استراتژیهای اصلی توسعه به گردشگران بستگی دارد - حفاظت از تاریخ، مناطق فرهنگی، پیشرفتهای ساحلی و فعالیتهای ویژه. گردشگری می تواند به حفظ و ارتقا میراث جامعه، ایجاد شغل و درآمد برای مشاغل مرکز شهر کمک کند (رابرتسون، ۱۹۹۵). چندین نویسنده تعداد اتاق های هتل یا متل را به ازای هر ۱۰۰۰ ساکن مرکز شهر و نسبت مکان های ثبت شده تاریخی را به عنوان معیار موفقیت تعیین می کنند [14].

۴-۳ رهنمودهای حفظ تاریخی

استاندارد توانبخشی کشور در آمریکا

استانداردهای مربوط به توانبخشی کشور آمریکا مجموعه ای از ده استاندارد ملی است که در ابتدا برای شناسایی مناسب بودن نوع کار پیشنهادی در املاک ثبت شده تحت حمایت برنامه کمک هزینه صندوق حفظ تاریخی پشتیبانی می شود. [16].



دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

- این استانداردها نه تنها در مورد نمای بیرونی ملک بلکه در فضای داخلی نیز کاربرد دارد که باید ویژگی تاریخی سازه را نیز حفظ کند.
- ده استاندارد برای توانبخشی که توسط NPS در مورد استانداردهای کشور آمریکا برای درمان املاک تاریخی ایجاد شده است: با دستورالعمل هایی برای حفظ، بازسازی، مرمت و بازسازی بناهای تاریخی
۱. یک ملک باید برای اهداف تاریخی خود استفاده شود یا در کاربری جدیدی قرار گیرد که حداقل به تغییر مشخصات ساختمان و محل و محیط آن نیاز دارد.
 ۲. شخصیت تاریخی یک ملک باید حفظ و حفظ شود. از حذف مصالح تاریخی یا تغییر ویژگیها و فضاهایی که مشخصه یک ملک است، باید خودداری شود.
 - ۳- هر ملک باید به عنوان ثبت فیزیکی زمان، مکان و کاربرد آن شناخته شود. تغییراتی که باعث ایجاد احساس کاذب از پیشرفت تاریخی می شوند، مانند افزودن ویژگی های حدسی یا عناصر معماری از ساختمان های دیگر، انجام نخواهد شد.
 ۴. بیشتر خصوصیات با گذشت زمان تغییر می کنند. آن تغییراتی که به خودی خود اهمیت تاریخی پیدا کرده اند باید حفظ و حفظ شوند.
 - ۵- ویژگی های متمایز، پایان کارها، و تکنیک های ساخت و ساز یا نمونه هایی از صنعتگری که مشخصه یک دارایی تاریخی است باید حفظ شود.
 ۶. ویژگی های تاریخی خراب باید به جای جایگزینی ترمیم شوند. در مواردی که شدت زوال به جایگزینی یک ویژگی متمایز نیاز دارد، ویژگی جدید باید از نظر طراحی، رنگ، بافت و سایر کیفیت های بصری و در صورت امکان با مواد قدیمی مطابقت داشته باشد. جایگزینی ویژگی های از دست رفته باید توسط شواهد مستند، فیزیکی یا تصویری اثبات شود.
 ۷. از روش های شیمیایی یا فیزیکی مانند سندبلاست که به مواد تاریخی آسیب می رساند نباید استفاده شود. تمیز کردن سطح سازه ها، در صورت لزوم، باید با استفاده از نرم ترین وسیله ممکن انجام شود.
 - ۸- منابع باستانی قابل توجهی که تحت تأثیر یک پروژه قرار گرفته اند باید محافظت و حفظ شوند. در صورت ایجاد مزاحمت برای چنین منابعی، اقدامات تخفیف دهنده باید انجام شود.
 ۹. اضافات جدید، تغییرات بیرونی، یا ساخت و سازهای جدید مربوطه نباید مواد تاریخی را که خصوصیات ملک را از بین می برند، از بین ببرد. اثر جدید باید از اثر متفاوت متفاوت باشد و با توده، اندازه، مقیاس و ویژگی های معماری سازگار باشد تا از تمامیت تاریخی ملک و محیط آن محافظت کند.
 ۱۰. اضافات جدید و ساخت و سازهای مجاور یا مرتبط باید به گونه ای انجام شود که در صورت حذف در آینده، شکل اساسی و یکپارچگی اموال تاریخی و محیط آن آسیب نبیند.



دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

۴- روابط تجربی

همانطور که قبلاً ذکر شد، این همان چیزی است که هتل بوتیک در آن است. خدمات شخصی و طراحی اصلی از عوامل اصلی ایجاد این تجربه هستند. فضای داخلی برای ایجاد ظاهری منحصر به فرد طراحی شده است، حتی گاهی اوقات یک موضوع در دکوراسیون و پس از اتمام آن مشهود است. همچنین معروف است که هتل های بوتیک داستانی یا موضوعی را در هتل خود گنجانده اند تا به آنها کمک کند تا از بقیه برجسته باشند. اقامت در یک هتل بوتیک به معنای تجربه یک هتل بوتیک از نظر فکری، فرهنگی و تجربی است. هتل نه تنها فضایی را برای اقامت فراهم می کند بلکه فرصتی برای معرفی مکانی است که هنوز در آن حضور نداشته اید. یک مطالعه در مورد تجربه طبیعت یک هتل بوتیک اظهار داشت: "لذت بردن از محل اقامت در بوتیک را می توان از طریق جنبه های حسی و تجربی گزارش شده توسط مهمانان نشان داد. در واقع، تجزیه و تحلیل متن مصاحبه میهمان اهمیت احساسات و توجه شخصی را به عنوان جنبه های مهم جدایی از تجربه محل اقامت در بوتیک آشکار کرد ... احساسات توصیف شده شامل احساس گرما، امنیت، مهماننداری، استقبال، راحتی، لذت، آرامش، شگفتی، آرامش و آرامش آرام است. [17]"

۵- متن فیزیکی

موقعیت مکانی و طراحی یک هتل بوتیک نه تنها تجربه ای ایجاد می کند، بلکه شرایط فیزیکی هر فضای داخلی، باعث ایجاد روحیه و احساس در آن فضا می شود. نور، صدا، چیدمان و روش بای بی نیز به تجربه مهمان کمک می کند. طراحی هتل بوتیک بر ایجاد فضایی شبیه به خانه است که در آن مهمانان احساس راحتی و امنیت می کنند. طراحی روشنایی برای تأمین نور کافی در کل فضا و همچنین ایجاد روحیه مهم است. برای ایجاد مناظر به نمای خارجی و اجازه دادن به نور داخلی بهینه، از نور طبیعی روز اغلب در فضاهای عمومی و خصوصی استفاده می شود. "در زمان ما، روشنایی روز یک روش ضروری برای صرفه جویی در انرژی است و علاوه بر این، روشنایی روز برای سرنشینان خوب است" [18]

صدا همچنین زمینه دیگری است که برای ایجاد فضای دلنشین برای میهمانان استفاده می شود. برخی تحقیقات نشان می دهد که موسیقی می تواند بر تعاملات کارکنان و مشتری تأثیر بگذارد. [یک مدیر هتل] در مورد شرایطی صحبت کرد که برای موسیقی مهم بود که تعامل بین مشتریان را تسهیل کند:

"... شما اصطلاح قدیمی "موسیقی آسانسور" را می دانید، که از کجا آمد؟ از آنجا که مردم نمی خواهند در آنجا بایستند و به یکدیگر نگاه کنند زیرا این باعث ناراحتی آنها می شود. اگر آنها بتوانند وانمود کنند که به چیز دیگری گوش می دهند، درجه ای از راحتی در آن وجود دارد."

این یک مثال عالی است که چرا موسیقی گزینه مناسبی برای راحتی مهمان است. "مدیران مهمان نوازی پیشنهاد کردند که موسیقی روز باید متناسب با سطح دلخواه تحریک، و ریتم شبانه روزی مشتری متنوع باشد [19]."



دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

از طرف دیگر آکوستیک برای متوقف کردن صدایی مانند موسیقی بسیار مهم است. اتاق های مهمان عایق های دیواری و کف به کاهش انتقال صدا کمک می کند. یکی دیگر از شرایط جسمانی، چیدمان و راه یابی است. چیدمان هتل و یافتن مسیر به طور همزمان با ایجاد خوانایی انجام می شود. میهمانان باید بتوانند فضا را بفهمند، بدانند که عملکرد آن چیست؟ و نحوه مانور از طریق آن چگونه است؟ بوتیک هتل، ظاهر و احساس مورد نظر یک خانه مسکونی لوکس با طراحی و عملکرد شخصی است. این مفهوم امکان طراحی آسان چیدمان را همانند خانه ی شما فراهم می کند، به عنوان مثال لابی مانند اتاق نشیمن خانه است. راه یابی با نشانه هایی خوانا ایجاد می شود که میهمان را در فضا راهنمایی می کند.

۶- زمینه روانشناختی

تأثیرات روانشناختی بر تجربه مهمان در محیط بوتیک از محیط های مختلفی که با آن روبرو می شوند ناشی می شود. هتل های بوتیک در طول تجربه ی هتل، امکانات، فعالیت ها و خدمات مختلفی را برای تحریک حسی و آرامش در طول اقامت خود ارائه می دهند. امکاناتی از قبیل اینترنت، امکانات تجاری، آبگرم، استخرهای شنا، رستوران ها و سالن ها برای استفاده میهمانان فراهم شده است. آنچه آنها را از هم متمایز می کند طراحی برجسته این امکانات است. "طراحان و معماران مشهور داخلی غالباً مشغول تزئین و شکل دادن به بوتیک هتل معاصر هستند. راحتی فوق مدرن، تجهیزات با تکنولوژی پیشرفته و مبلمان مرسوم، مد روز مهمان هتل را به تجربه جذاب هتل اطمینان می دهد." مزیت این محیط ها یک احساس آرامش بخش و آرام است. خدمات شخصی ارائه شده توسط یک هتل بوتیک مانند هیچ یک از خدمات دیگر نیست.

شما واقعاً می توانید آرام بنشینید و آرام باشید. با وجود کلیه امکانات رفاهی از جمله غذا و سرگرمی، واقعاً نیازی به ترک هتل نیست. اکثر هتل ها امکانات و خدمات را ارائه می دهند اما همیشه از طراحی شخصی برخوردار نیستند. عناصر موجود در طراحی هتل باعث ایجاد جذابیت، برانگیختگی و تأثیر اجتماعی می شود. جذابیت چیزی است که شما را به خود جذب می کند، خواه به یک مکان یا یک شخص باشد. با چشم نواز و دکوراسیون منحصر به فرد و ویژگی های این بوتیک هتل ویژگی های جذابی را برای کسانی که به دنبال چیز جدید هستند فراهم می کند. برای تهیه رنگهای تحریک کننده برانگیختگی، می توان از آثار هنری، مجسمه ها و وسایل برای تحریک میهمانان استفاده کرد. درک فضاهای خصوصی و عمومی نیز در طراحی مهم است، بنابراین ممکن است توسط میهمانان شخصاً استفاده شود.

۷- دلایل تغییر

همانطور که قبلاً ذکر شد، همه فضاهای یک ساختمان از نظر تاریخی قابل توجه نیستند. برخی از آنها دچار تغییراتی یا نوعی از زوال شده اند. این شرایط به طراحان آزادی بیشتری را در ترکیب عناصر جدید و معاصر می داد. از طریق تجزیه و تحلیل، این تحقیق کشف کرد که چهار دلیل اصلی برای تغییر در یک پروژه استفاده مجدد تطبیقی وجود دارد.

این چهار دلیل عبارتند از:



دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

- ویژگی های غیر اصلی
- الزامات کد یا ADA
- زوال
- کاربرد جدید

بررسی هر هتل ثابت کرد که دلیل اصلی تغییر در استفاده مجدد سازگار از املاک تاریخی به هتل های بوتیک به دلیل استفاده جدید از ساختمان بوده است که ۳۰٪ از تغییرات کل را نشان می دهد. دومین دلیل پر کاربرد برای تغییر، حذف عناصر غیر اصلی بود که ۲۶٪ از تغییرات را نشان می داد. [19]

نتیجه گیری

روند هتل های بوتیک همچنان رشد می کند، به ویژه هتل هایی که از یک ساختمان تاریخی به عنوان مکان اصلی خود استفاده می کنند. با وجود تمام اطلاعات موجود در مورد اینکه بوتیک هتل بودن به چه معناست و چگونه از زنجیره های بزرگ متفاوت است، نیاز به شناسایی استراتژی های طراحی گنجانده شده در طراحی هتل های بوتیک وجود دارد.

همانطور که در ادبیات ذکر شده است، هتل های بوتیک با طراحی تاریخی تعادل دقیقی بین عناصر تاریخی و معاصر ایجاد می کنند [20]. بر اساس استراتژی های طراحی بروکر و استون [13] برای استفاده مجدد تطبیقی از بناهای تاریخی، این تحقیق با هدف شناسایی هر یک از استراتژی های پیشنهادی در استفاده مجدد تطبیقی از خصوصیات بناهای تاریخی در نوسازی و تغییر کاربری به بوتیک هتل انجام شده است. برخی از استراتژی های اضافی که در طراحی هتل های بوتیک به کار رفته است، شش الگویی است که در مطالعات موردی یافت شده است. این الگوها شامل حفظ نما، حفظ ویژگی ها در طبقات اصلی، تغییرات زیاد در طبقات فوقانی، استفاده از فضاهای اصلی موجود به عنوان ویژگی، ایجاد رستوران های داخلی و ایجاد فضاهای تجمع در فضای باز بود. همه الگوها همیشه در همه هتل ها اعمال نمی شد، اما اکثر آنها بسیار سازگار بودند و در سه یا چند نمونه اجرا می شدند. سهمی که این الگوها در حوزه عمومی دارند، توانایی آنها برای اجرای در طیف گسترده ای از هتل ها، از مقیاس کوچک تا بزرگ است.

اهمیت استفاده مجدد تطبیقی به عنوان یک استراتژی پایداری در موارد بسیاری بررسی شده است. تحقیق در مورد اجرای استراتژی های طراحی پایدار در داخل یک ساختمان تاریخی با حفظ شخصیت تاریخی و اصالت ساختمان می تواند بسیار آموزنده باشد. کسانی که در زمینه حفاظت از تاریخ هستند می توانند در مورد چگونگی حفاظت از محیط زیست و میراث فرهنگی بینش زیادی کسب کنند.

مروری در ادبیات بیان می کند که یک سازگاری موفق باید شامل مهمترین عناصر تاریخی یک ساختمان باشد. متعاقباً، برای حفظ ویژگی ها، گنجاندن ویژگی های گفته شده به عنوان بخشی از تجربه کلی طراحی، یکی از عناصر اساسی یک سازگاری موفقیت آمیز محسوب می شود. چهار مورد از موارد موردی در این امر موفقیت آمیز بود زیرا هر عنصر اساسی حفظ شده به



دوازدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

وضوح در طراحی کلی آنها گنجانده شده است. علاوه بر این، برای شناسایی استراتژی‌ها و الگوهای طراحی، تجزیه و تحلیل مطالعات موردی چهار دلیل اصلی را که باعث تغییر یک ویژگی شده است، اعم از حذف، نگهداری یا اصلاح، کشف کرد. چهار دلیل تغییر یافته شده در طی این تحقیق حذف ویژگی‌های غیر اصلی ساختمان، خراب شدن یک ویژگی، نیاز به کد و ADA و نیاز به استفاده جدید در ساختمان است.

مراجع

- [1] Robertson, K. (2001). Downtown development principles for small cities. In M. Burayidi, *Downtowns: Revitalizing the Centers of Small Urban Communities* (pp. 9-22). Psychology Press: Psychology Press.
- [2] Anhar, L. (2011, December 13). The definition of boutique hotels - written by Lucienne Anhar - HVS international. Hospitality Net. Retrieved from <http://www.hospitalitynet.org/news/4010409.html>
- [3] Chan, C. (2012). Lodging subsector report: Boutique hotels.
- [4] Lim, W. M., & Endean, M. (2009). Elucidating the aesthetic and operational characteristics of UK boutique hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(1), 38-51. doi:<https://doi.org/10.1108/09596110910930179>
- [5] Adner, R., Albazzaz, A., Birnbaum, B., Brachfeld, D., Danilov, M., Kets de Vries, O., & Moed, J. (2003). *Lifestyles of the rich and almost famous: the boutique hotel phenomenon in the United States*. Insead Business School. New York: Insead Business School.
- [6] Ting, D. (2017). Complete oral history of boutique hotels. Skift, Skift Hospitality. Skift. Retrieved May 5, 2017, from <https://skift.com/history-of-boutique-hotels/>
- [7] Jones, D., Day, J., & Quadri-Felitti, D. (2013). Emerging definitions of boutique and lifestyle hotels: A delphi study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(7), 715-731. doi:10.1080/10548408.2013.827549
- [8] Adner, R., Albazzaz, A., Birnbaum, B., Brachfeld, D., Danilov, M., Kets de Vries, O., & Moed, J. (2003). *Lifestyles of the rich and almost famous: the boutique hotel phenomenon in the United States*. Insead Business School. New York: Insead Business School.
- [9] Dunn, J. (2017). The Cardinal Lobby [Photograph]. Retrieved from <https://www.google.com/maps/@36.099325,->



80.243705,3a,75y,90t/data=!3m7!1e2!3m5!1sAF1QipMgwNWFh4kKidLXn1Z7Q4AySjK3qkD-Mt5kyanw!2e10!6shttps:%2F%2Fh5.googleusercontent.com

- [10] Teaford, J. C. (1986). *The twentieth-century american city*. Baltimore, MD: John Hopkins University Press.
- [11] Lim, W. M., & Endean, M. (2009). Elucidating the aesthetic and operational characteristics of UK boutique hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(1), 38-51. doi:<https://doi.org/10.1108/09596110910930179>
- [12] Schroeder, R. (2017, August 24). The 6 Traits of Successful Adaptive Reuse Projects [Web log post]. PlanForce Group. Retrieved from <http://planforcegroup.com/blog/the-6-traits-of-successful-adaptive-reuse-projects>
- [13] Brooker, G., & Stone, S. (2004). *Rereadings: interior architecture and the design principles of remodeling existing buildings*. London, UK: RIBA Enterprises.
- [14] Edwards, M. M., Singh, M., & Brown, K. (2014). *Downtown Success Indicators*. University of Illinois at Urbana-Champaign, Department of Urban and Regional Planning. University of Illinois at Urbana-Champaign. Retrieved from <https://web.extension.illinois.edu/fmpt/downloads/59491.pdf>
- [15] Australian Government: Department of the Environment and Heritage, Royal Australian Institute of Architects. (2004). *Adaptive Reuse: Preserving Our Past, Building Our Future*. Australian Government, Department of the Environment and Heritage. Commonwealth of Australia. Retrieved from <http://www.environment.gov.au/heritage/publications/adaptive-reuse>
- [16] Grimmer, A., Hensley, J., Petrella, L., & Tepper, A. (2011). *The Secretary of the Interior's standards for rehabilitation & illustrated guidelines on sustainability for rehabilitating historic buildings*. Washington, D.C.: U.S. Department of the Interior, National Park Service, Technical Preservation Services.
- [17] McKenney, S. (2014). *The boutique and lifestyle hotel report*. London, UK: Hotel Analyst. Retrieved from <http://hotelanalyst.co.uk/wp-content/uploads/sites/2/BHR%202014%20sample.pdf>



- [18] Greenberg, C. (2013). Historic preservation certification application - Part 3: Request of certification for completed work Hill Building. Raleigh, North Carolina: State Historic Preservation Office, NC Department of Natural and Cultural Resources.
- [19] U.S. Department of the Interior, National Park Service. (2012). Historic Preservation Tax Incentives. Washington, DC: Technical Preservation Services, National Park Service
- [20] Freund de Klumbis, D., & Munsters, W. (2004). Developments in the hotel industry: Design meets historic properties. Daniela Freund de Klumbis. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/228648576>