

Fall 11-2019

BOUTIQUE HOTEL

Fjolla Brisku

Follow this and additional works at: <https://knowledgecenter.ubt-uni.net/etd>

 Part of the [Architecture Commons](#)



Bartës Privat i Arsimit të Lartë
KOLEGJI UBT

Programi për Arkitekturë dhe Planifikim Hapësinor

BOUTIQUE HOTEL
Shkalla Bachelor

Fjolla Brisku

Nëntor / 2019
Prishtinë



Bartës Privat i Arsimit të Lartë
KOLEGJI UBT

Programi për Arkitekturë dhe Planifikim Hapësinor

Punim Diplome
Viti akademik 2016 – 2017

Fjolla Brisku

Boutique Hotel

Mentori: Blerta Vula Rizvanolli, MSc.MBA

4 Nëntor / 2019

Ky punim është përpiluar dhe dorëzuar në përmbushjen e kërkesave të pjesëshme për Shkallën Bachelor

ABSTRAKTI

Sot hotelet avancojnë sesi njerëzit jetojnë në qytete, udhëtojnë nëpër botë, zhvillojnë bizneset e tyre, komunikojnë me natyrën dhe madje sesi e ndërtojnë jetën e tyre. Hoteli modern, jo vetëm që ofron një vend për të fjetur, por edhe u siguron mysafirëve të tij një përvojë pushimi përmes dizajnit, sensit të së bukurës dhe pajisjeve. Hotelet po bëhen destinacione në vetvete.

“Ne të gjithë jemi vizitor në këtë moment dhe në këtë vend. Ne të gjithë jemi këtu vetëm kalimthi. Ne kemi ardhur që të observojmë, të mësojmë, të rritemi e pastaj të kthehemi në shtëpi”. Kjo është një thënie Australiane që e definon vet jetën, një moto që mund të përdoret si metafore e “habitateve” të përkohshme të mobilitetit njerëzor – ndërtesave hoteliere. Sot, turizmi është shndërruar në numrin një të të gjitha aktiviteteve ekonomike në botë. Nga shek. XX, mobiliteti theksohet gjithnjë e më tepër, qëndrimi në një hotel është shndërruar në një mënyrë të jetës së shumë njerëzve dhe për turistët një argëtim i ndërthurur me pushimin.

Boutique Hotel është projektuar të plotësojë kërkesat dhe nevojat e turizmit të qytetit të Ulqinit. I shtrirë në zonën e bukur “Pinjesh 1”, ky hotel, ofron aromën e detit e të pyllit njëkohësisht, ju mundëson turistëve të shijojnë pamjen e bukur të detit Adriatik dhe pjesës historike të kalasë së Ulqinit nga një distancë mbresëlënëse.

FALENDERIMET

Mirënjohja ime e sinqertë shkon tek mentorja ime profesoresha Blerta Vula Rizvanolli për këshillat e saja, motivimin, durimin dhe njohurinë e saj. Udhëzimi i saj më ndihmoi përgjatë hulumtimit tim. Nuk mund të kisha pasur një mentore më të mirë. Për më tepër, do të doja të falënderoja familjen time dhe miqtë e mi për mbështetjen e tyre të çmuar nuk do të ishte e mundur ta kryeja këtë studim. Një falënderim i vecantë është për të gjithë anëtarët e stafit akademik të UBT-së për punën e tyre të vlefshme. Këtë studim ia kushtoj të gjithë atyre që më kanë dhënë mbështetje.

PËRMBAJTJA

ABSTRAKTI	3
FALENDERIMET	3
PËRMBAJTJA	4
LISTA E FIGURAVE	6
SQARIMET TERMINOLOGJIKE	6
1. HYRJE	7
2. HISTORIKU	8
2.1. Pozita gjeografike	8
2.2. Historiku i Ulqinit	8
2.3. Kushtet natyrore dhe turizmi ne Ulqin	9
2.4. Kultura dhe mikpritja	9
2.5. Mjedisi dhe natyra	11
3. ANALIZA E LOKACIONIT	12
3.1. Topografia-Konfiguracioni	12
3.2. Gjelbërimi	12
3.3. Infrastruktura	13
3.4. Qasjet dhe Arkitektura përreth	13
3.5. Destinimi i sipërfaqeve sipas PRRU/PZHK	14
3.6. SËOT Analiza	14
3.7. Përmbledhje e analizave të lokacionit.....	15
4. STANDARDET E HAPËSIRAVE TË NDËRTESAVE TË HOTELEVE	15
4.1. Hapesirat e perbashketa	16
4.2. Tipologjitë e dhomave	17
4.3. Komunikimet horizontale dhe vertikale.....	18
4.4. Shkallët kryesore/ Shkallët emergjente / Ashensori / Rampat	19
4.5. Parkingjet	19

5.	ANALIZA E PROBLEMIT	20
5.1.	Identifikimi i kerkesave te Turizmit	20
5.2.	Mungesa e hapësirave te dedikuara	20
5.3.	Mungesa e gjelbërimit dhe hapësirave rekreuese	21
5.4.	Objektivat e zgjidhjes së problemeve të lartëcekura	22
6.	DETYRA PROJEKTUESE	22
6.1.	Programi projektues/funksionet themelore të hotelit	22
6.2.	Përcaktimi dhe ndarja e etazheve	23
7.	PROJEKTI	
-	Koncepti	
-	Analizat	
-	Situacioni i gjerë	
-	Situacioni i ngushtë	
-	Baza e themeleve	
-	Baza e përdhësës	
-	Baza e katit karakteristik	
-	Baza e kulmit	
-	Prerjet	
-	Detalet	
-	Njësitë karakteristike	
-	Fasadat	
-	Pamjet 3D	
8.	PËRSHKRIMI TEKNIK	23
9.	KONKLuzion	24
10.	REFERENCAT	24

LISTA E FIGURAVE

- Fig.1 Qyteti i Vjetër i Ulqinit (Kalaja)
- Fig.2 Përqindja e turistëve në bazë të nënshtetësisë në Ulqin
- Fig.3 Statistikat e përqindjes së turistëve gjatë sezonit të verës
- Fig.4 Gjiri Jadran
- Fig.5 Plazhi me rërë
- Fig.6 Ullishta
- Fig.7 Dy Antiklinat e Ulqinit
- Fig.8 Topografia e Lokacionit
- Fig.9 Pylli i Pishave
- Fig.10 Pamja nga Lokacioni
- Fig.11 Analiza e Situacionit
- Fig.12 Ndërtimet përreth
- Fig.13 Ndërtimet përreth
- Fig.14 Ndërtimet përreth
- Fig. 15 Destinimi i sipërfaqeve sipas PRRU/PZHK
- Fig.16 Swot Analiza
- Fig.17 Diellosja dhe Erërat në lokacion
- Fig.18 Tipologjia e dhomave
- Fig.19 Analiza e Qarkullimit dhe Zonimit
- Fig.20 Shkallë kryesore dhe ashensori
- Fig.21 Shkallët emergjente
- Fig.22 Rampa 6% pjerrtësi

SQARIMET TERMINOLOGJIKE

- “Butik Hotelet” (Boutique Hotels)- të konceptuara si hotele luksoze me kompozicion unik apo intim me shërbim të plotë të akomodimeve, të pajisura në mënyrë stilistike dhe aspiruese, të fokusuara në klientelë specifike për të ofruar komfor, intimitet dhe qasje mikpritëse.
- “Antiklina”- një palosje në formë kreshte shkëmbi të shtresuar në të cilin shpati i shtresave zbritet nga kreshta.

1. HYRJA

Arsyeja pse e kam zgjedhur këtë lokacion është përshkak se jam shumë e lidhur shpirtërisht dhe emocionalisht me të, duke qenë se është në pronësi të familjes time dhe një ditë do doja të ndërtoja një hotel në këtë zonë të destinuar për turizëm dhe banim. Nisur nga nevojat e turizmit në qytetin e Ulqinit, vendosa që destinimi të jetë një “Boutique Hotel”.

Hotelet “Boutique” dallojnë nga hotelet klasik të mëdhenj dhe motelet duke siguruar shërbim dhe akomodim të personalizuar. Zakonisht janë dukshëm më të vegjël se hotelet kryesore dhe shpesh sillen nga 3 deri në 50 dhoma për mysafirët. Hotelet “Boutique” janë individuale dhe nuk ka mundësi të gjenden në mesin e grupeve të hoteleve me zinxhirë të mëdhenj. Hotelet “Boutique” fokusohen në shërbim sa më të mirë dhe një eksperiencë unike. Gjithashtu, ky lloj hotelesh orientohet për sofistikim, stil dhe mbase më e rëndësishmja, luksi, si një mënyrë për të arritur të diferencohet nga hotelet e tjera.

Vendndodhja e një hoteli “boutique” është shpesh një faktor i rëndësishëm për mysafirët. Një vendndodhje në qendër të qytetit është shpesh më popullore me udhëtarët sidomos ato që udhetojnë për punë pasi ata harxhojnë më pak kohë duke shkuar në vendin e tyre të punës. Sidoqoftë, shpesh është vetë hoteli çka i tërheqë turistët që udhetojnë shumë kilometra për të qëndruar në një vend të veçantë. Nuk ka vende standarte ku hotelet “boutique” vendosen. Ato mund të gjenden brenda qytetit ose në zona rurale.

Inspirimi për dizajnin e kësaj ndërtese ishte boçja e pishës, përshkak që zona në të cilën gjendet lokacioni është pyll i pishave dhe kam konsideruar shumë të rëndësishme të përcjell frymën dhe aromën e pyllit në një ndërtesë. Mënyra sesi ndërtesa e përfaqon këtë inspirim, shihet në format e ndërtesës që marrin trajtën e boçes së pishës.

2. HISTORIKU

2.1. Pozicioni Gjeografik

Ulqini është qyteti më jugor në bregdetin e Malit të Zi. Ky pozicionim luajti një rol të rëndësishëm përgjatë zhvillimit të tij historik. Krahas shumë lidhjeve detare përmes Adriatikut dhe Detit Mesdhe, afërsia e lumit Buna, Liqeni i Shasit dhe Liqeni i Shkodrës mundësuan komunikimin dhe tregtinë edhe ndërmjet kontinenteve.

Lokacioni i përzgjedhur është në një kodër, me një largësi prej 300m nga bregdeti e me pamje të mrekullueshme jo vetëm nga deti por edhe nga Qyteti i Vjetër. Lagjja quhet “Pinjesh” apo ndryshe “Pylli i Pishave” përshkak se lokacioni është ashtu si edhe quhet, një pyll me pisha. Lokacioni gjendet në jug-lindje të qytetit të Ulqinit.

2.2. Historiku

Sipas të dhënave historike, Ulqini është një nga qytetet më të vjetra në brigjet e Adriatikut. Mendohet se Ulqini është më shumë se 2.000 vite i vjetër. Në këtë zonë për shekuj me radhë u përplasën kulturat e Lindjes dhe të Perëndimit, të cilat për nga pasuria e trashëgimisë historike, mund të ndjehen në çdo hap. Qyteti i Vjetër i Ulqinit (Kalaja) është pasuria më me vlerë historike e cila qëndron fuqishëm në bregun e Ulqinit dhe ndryshe nga Kalat e qyteteve tjera, akoma sot ulqinakët vazhdojnë të jetojnë në kala.(Fig.1)



Fig.1 Qyteti i Vjetër i Ulqinit (Kalaja)

Ndërsa gjurmët e vendbanimeve të para në Ulqin shfaqen edhe para shekullit të V p.e.r. konsiderohet se Ulqini u themelua nga ilirët, njerëzit me origjinë indo-evropiane. Për shkak të një lokacioni të jashtëzakonshëm gjeografik, klimës së butë dhe komoditetit, Ulqini ka qenë për shekuj me radhë një shënjestër për pushtuesit. Ky qytet ne jugë u shkatërrua shpesh gjatë luftërave. Ulqini ishte gjithashtu i famshëm si një vend i një tradite të gjatë dhe të pasur detare dhe tregtare. Në këtë qytet lundrimi arriti ngritjen e saj të lartë në XVII, XVIII, dhe gjatë shekullit XIX. Tregtia detare e njerëzve nga Ulqini me varkat e tyre u zhvillua në porte dhe qendra tregtare më të mëdha të bregdetit Adriatik dhe Mesdhe. Në shekullin XVII flota e Ulqinit kishte 500 anije, të cilat lundruan përtej detit Mesdhe. Njerëzit nga Ulqini ishin marinarë të aftë.

Krahas trashëgimisë së tij të pasur kulturore dhe historike, ky qytet antik është i famshëm për strukturën e tij multietnike dhe shumëkombëshe të qytetarëve, të cilët përmes historisë u bashkuan dhe ofruan rezistencë ndaj pushtuesit, veçanërisht gjatë Luftës së Dytë Botërore. Pas Luftës së Dytë Botërore filloi rinovimi i të gjitha qyteteve në Bregun e Malit të Zi, si dhe Ulqin. Potenciali i madh turistik që Ulqini me rrethinë ka edhe sot, ishte dhe mbeti një shans i shkëlqyeshëm për një zhvillim të suksesshëm të degës më të rëndësishme ekonomike në Mal të Zi - turizmit .Sot, Ulqini është një qytet i famshëm multietnik dhe turistik në Jug të Malit të Zi, i cili nga viti në vit shënon numër më të madh e më të madh të turistëve vendas dhe të huaj.

2.3. Kushtet Natyrore

Ulqini është i karakterizuar nga klima mesatarisht mesdhetare dhe bimësia subtropikale. Një klimë e tillë kupton një bollëk të dritës dhe ngrohtësisë, me 2.700 orë me diell në vit. Ulqini është një nga vendet me më diell në bregdetin e Adriatikut.

Temperatura mesatare vjetore e ajrit është 16.5 gradë Celcius, Ulqini konsiderohet të jetë një vend shumë më i ngrohtë në krahasim me qytetet e tjera në brigjet e Malit të Zi. Vera në Ulqin është e këndshme, dhe nuk është shumë e ngrohtë për shkak të rrjedhjes së vazhdueshme të ajrit, në këtë qytet ka shumë pak ditë tropikale. Temperatura e ajrit arrin 38 gradë Celcius, ndërsa në korrik temperatura e përafërt e ajrit është 25.2 gradë Celcius. gjatë periudhës së verës dielli ngroh deri në 11.5 orë gjatë ditës. Lëshimi i diellit dhe noti në Ulqin zgjat 6 muaj, nga maji deri

në tetor. Dimrat në Ulqin janë të butë, dëbora rrallë bie, dhe temperaturat e ajrit janë vetëm 10 gradë Celcius. Pranvera dhe Vjeshta vijnë mjaft herët dhe janë kryesisht të ngrohta me temperatura të moderuara si nga ajri ashtu edhe nga deti (në pranverë temperatura është 4 dhe në vjeshta është 17 gradë Celcius).

Lagështia mesatare vjetore është 67%, përveç se në korrik arrin 63%, dhe në maj dhe nëntor 71 - 71%, që tregon një raport të rregullt të temperaturës dhe lagështisë së ajrit. Sasia mesatare e reshjeve, ekskluzivisht e shiut, është 134 mm / m².

Erërat më karakteristike janë era e jugut dhe veri-lindje. Era që vjen nga drejtimi jug-perëndim është një erë e këndshme, e cila sjell freskim nga nxehtësia në orët më të ngrohta të verës. Intensiteti më i madh, me të cilin kjo erë mund të fryjë është 10 m / sek.

2.4. Kultura dhe Mikëpritja

Tradita e qytetit të Ulqinit mbi mikpritjen e turistëve ka filluar pas luftës së dytë botërore, ku qyteti filloi të rindërtohej dhe zhvillohej. Mund të thuhet qartë që mikpritja është pjesë e kulturës së qytetarëve të Ulqinit me breza. Rreth viteve Ulqini është vizituar nga njerëz nga e gjithë bota.

Turizmi është sektori më i rëndësishëm përgjegjës për gjendjen ekonomike të Ulqinit. Sot Ulqini më së shumti e frekuentojnë pupulli shqiptarë i Kosovës. Gjate një viti Ulqini frekuentohet nga 60.000 turistë. Më së shumti frekuentim ka në stinën e verës ndërsa kulmi është në muajin e korrikut dhe gushtit.



Fig.2 Përqindja e turistëve në bazë të nënshtetësisë në Ulqin

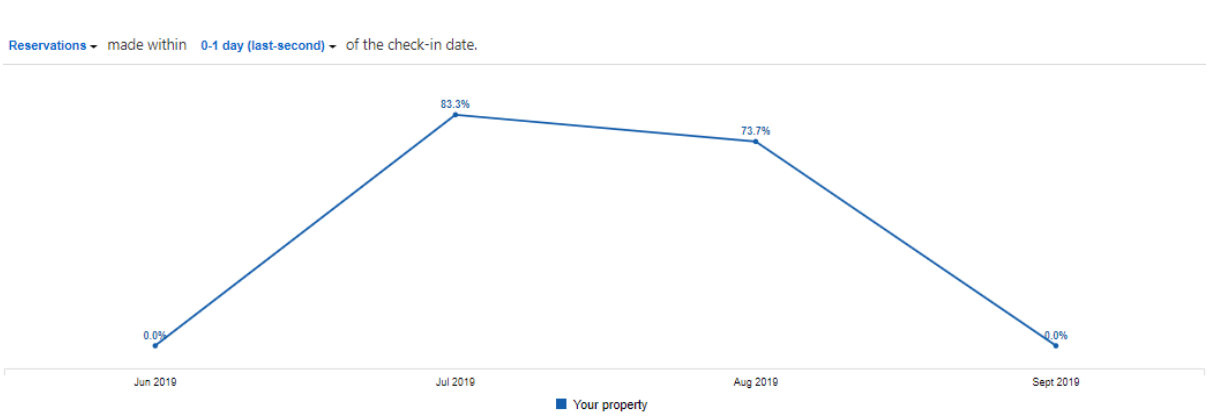


Fig.3 Statistikat e përqindjes së turistëve gjatë sezonit të verës

Ulqini i pret musafirët e vet në shtëpitë e tyre private ku pjesa më e madhe e popullit të Ulqinit e ndërtojnë shtëpinë e tyre duke u siguruar të planifikojnë hapësirë për dhënie me qira të dhomave në shtëpinë e tyre. Në Ulqin nuk ka një numër të madh të hoteleve, mirëpo dhomat/ apartamentet që populli ulqinak ndërtojnë me qëllim biznesi mund të krahasohen lehtë me dhomat e një hoteli. Shërbimi dhe mikpritja gjithashtu janë shumë të shprehurë tek populli ulqinak.

Përgjatë shekujve, larmia e ruajtur e kulturave dhe qytetërimeve u shkrinë bashkë në një qytet. Ulqini është si një parajsë e vogël në tokë, i gdhendur me kohë. Gjurmët më të hershme na çojnë në kohën parahistorike kur Ulqini u përkiste ilirëve, një popull me origjinë indo-evropiane. Qyteti, muret e të cilit shpesh u shkatërruan në luftëra, gjithashtu u rinovua me të njëjtën shpejtësi nga të gjithë ata, që për shkak të bukurisë së këtij qyteti antik, ndërtuan për vete kështjella dhe vendbanime.

2.5. Mjedisi dhe Natyra

Ulqini me pjesën e tij jugore me gjatësi 30 kilometra del në detin Adriatik, dhe në pjesën lindore të tij ndodhet lumi Bojana. Në pjesën qendrore të Ulqinit ndodhet Liqeni i Saskos, dhe në gji mali Rumija. Me afro 20 kilometra plazh, nga të cilat 15 km ato me rërë të këndshme, me mbi 6000ha tokë të kultivueshme, gjinden rreth 88.000 drunj të ullirit, tipare shëruese të ujërave të rërës, baltës dhe sulfideve minerale.

Ulqini përfaqëson një potencial të respektueshëm ekonomik - turistik për zhvillimin e të gjitha llojeve të turizmit (elitar, detar, dhe ai shëndetësor), dhe bujqësi. Zona prej 255 km², të cilën e ka Ulqini me rrethinë, është një shembull unik i një bukurie të pazakontë: plazhe me rërë të pafund, det të kaltër blu, lumenj, liqene, male dhe bimësi të dendur.



Fig.4 Gjiri “Jadran”



Fig.5 Plazhi me rërë



Fig.6 Ullishta

3. ANALIZA E LOKACIONIT

3.1. Topografia

Siç shihet në figurën 7, në veri-perëndim të Ulqinit, struktura antiklinë e Ulqinit ndahet në dy antiklina në veri-perëndim të Ulqinit, ekziston një zhytje në rënie poshtë Qytetit. Lokacioni i përzgjedhur gjindet në anë e djathtë të figurës në maje të kodrës rreth 42m mbi nivelin e detit.



Fig.7 Dy Antiklinat e Ulqinit

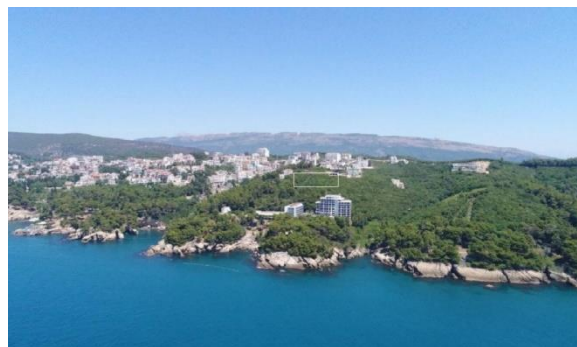


Fig.8 Topografia e Lokacionit

3.2. Gjellërimi

Zona në të cilën gjindet lokacioni është një pyll me pisha. Eshte zonë e pasur me gjellërim dhe ajër të pastër, shumë e përshtatshme për pushim. Në këtë zonë mund të gjes vetëm drunj pise dhe shkurre. Sot ky lokacion është pyll i gjebruar, mirëpo sipas planifikimit PRRU kjo zonë është e lejuar për ndërtim dhe pritet të ketë shfarosje me masë të pyllit në të ardhmen.

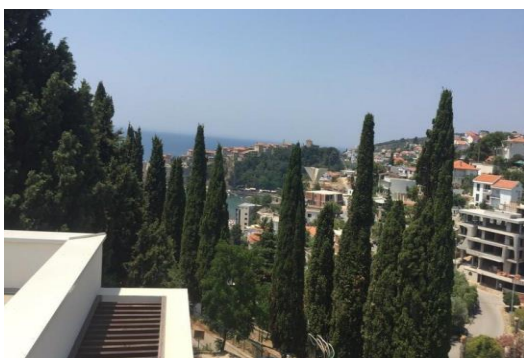


Fig.9 Pylli i Pishave



Fig.10 Pamja nga Lokacioni

3.5. Destinimi i sipërfaqeve sipas PRRU/PZHK



Fig. 15 Destinimi i sipërfaqeve sipas PRRU/PZHK

3.6. SËOT Analiza

FUQITË	DOBËSIË
-Ambienti -Atmosfera -Pamja -Qasja e mirë	-Orientimi -Prerja e disa drunjëve Tri anë të ndërtesës të “bllokuara”
MUNDËSITË	RREZIQET
-Kontribimi në ekonominë lokale	-Konkurrenca

Fig.16 Swot Analiza

3.7. Përmbledhje e analizave të lokacionit

Lokacioni gjendet në jug-lindje të qytetit të Ulqinit. Ndërtesa është e orientuar drejt perëndimit për shkak të pamjes të mrekullueshme nga deti Adriatik.



Fig.17 Diellosja dhe Erërat në lokacion

4. STANDARDET E HAPËSIRAVE TË NDËRTESAVE TË HOTELEVE

Qysh herët është kuptuar rëndësia e paraqitjes së hoteleve në pershtypjet e para të klientëve. Paraqitja vizuale e hoteleve jep impaktin direkt të simuluesit fizik në emocionet njerëzore dhe efektin e simuluesit fizik në një shumësi të sjelljeve, sikurse performanca në punë dhe ndërveprimi social.

Lobi - si pjesë e hotelit është një hapësirë e ndërmjetme që shërben për hyrje në hotel nga jashtë. Ndër shumë hapësirat publike, lobi i hotelit ka impaktin më të madh tek mysafirët apo vizitorët. Lobi siguron një hapësirë të përbashkët për mysafirët për të pushuar dhe për të pritur vizitorw. Një nga funksionet e rëndësishme të lobit është se ai shërben si hapësira kryesore e qarkullimit dhe orientimit, duke i drejtuar mysafirët dhe vizitorët në pjesë të ndryshme të hotelit. Për më

tepër, rolet bashkëkohore të lobi të hotelit hyjnë në sferën e vendeve sociale dhe kulturore të takimeve. Për shkak të impaktit të lobi në formësimin e shumë nga përshtypjet fillestare të mysafirëve, lobi i hotelit mund të konsiderohet si më i rëndësishmi i hapësirave publike dhe atyre të shërbimeve.

Recepsioni - si element funksional, reprezentativ dhe orientues i Hoteleve. Pulti i recepsionit duhet të jetë i dukshëm nga ana e mysafireve menjëherë nga hyrja, dhe duhet të jetë rrugës për te ashensorët dhe shkallët.

Dhomat - duhet të dizajnohen dhe të pajisen në atë mënyrë që të lehtësojnë qasjen, pastrimin, përgatitjen dhe shërbimet. Forma, dhe gjer në një masë edhe madhësia e dhomave dirigjohen nga vendosja e banjave (të brendshme). Shumica e hoteleve të reja sot kanë banje individuale – të brendshme – për secilën dhomë.

4.1. Hapësirat e përbashkëta

Hotelet i shohin hapësirat e përbashkëta si një mënyrë për të ndërtuar marrëdhënie më të mirë me të ftuarit e hotelit. Këto hapësira ndihmojnë në ngritjen e imazhit të një hoteli. Përvec këti faktori, këto hapësira janë të nevojshme edhe si zona për pritje për arsye të ndryshme.

Hapësirat e përbashkëta janë duke u bërë gjithnjë e më popullore për shumë arsye, njëra nga ato është që sot më shumë e më shumë punëtorë përqafojnë punën fleksibile. Ata që përdorin hapësira të përbashkëta për qëllime pune janë zakonisht gjeneratat të reja që favorizojnë fleksibilitetin në vendin e punës. Hapësirat e përbashkëta gjithashtu u mundësojnë njerëzve të lidhen lehtësisht me individët me mendje të njëjta, duke krijuar një ambient ku puna mund të kombinohet me aktivitete shoqërore, bashkpunim dhe më shumë.

Lobi është ambientë ku mysafirët shpesh hyjnë dhe presin përpara se të marrin shërbimet e dëshiruara. Fitimi i një dhome, për shembull, mund të jetë një shërbim që mysafirët presin, dhe kështu, do të kalojnë atë kohë në hollin e hotelit. Një lobi që përmban elementë tërheqës të

projektimit ndihmon në ngjalljen e interesave ose kalimin e kohës më shpejt. Humori i klientëve gjatë kësaj periudhe ndikohet nga mjedisi fizik.

Në këtë hotel është qëllimi të shfrytëzojmë hapësirën në mënyrë maksimale. Zona e restaurantit apo zona e pritjes është në të njëjtën kohë edhe hapësirë për punë. Gjithashtu në çdo dhomë të mysafirëve ekziston tavolina për punë. Për shkak të lehtësisë së qasjes dhe shfrytëzimit, hapësirat publike te hotelet vendosen në nivelin e katit të hyrjes – përdhes.

4.2. Tipologjitë e dhomave



Fig.18 Tipologjia e dhomave

Kjo skemë me banjën e vendosur në zonën hyrëse të dhomës mund të ndihmoj në izolimin zanor të fjetjes nga zhurma e korridorit. Për banjat nevojitet ndriçim dhe ventilim artificial, por në anën tjetër muret e jashtme dhe korridoret minimizohen. Kjo skemë është ndër më të përdorurat në projektimin e hoteleve si dhe disa objekteve tjera shumëbanesore. Për sa i përket ballkoneve, përshkak që sezona e turizmit në Ulqin është në stinën e verës, ballkoni është i dëshiruar nga ana

e turistëve, temperaturat e larta mundësojnë për ta shijuar hapësirën jashtë dhe të eksperiencojnë pamjen e mrekullueshme nga deti.

4.3. Komunikimet horizontale dhe vertikale

Skema e përgjithshme e qarkullimit duhet të lehtësoj lëvizjen sa më shumë që të jetë e mundur, të siguroj ndarjen e mysafireve – mysafiret e brendshëm dhe të jashtëm – stafin dhe personelin e mirëmbajtjes. Kjo nuk bëhet vetëm me qëllimin që të mos shqetësohen mysafiret (e brendshëm) por edhe të siguroj shërbim efikas.

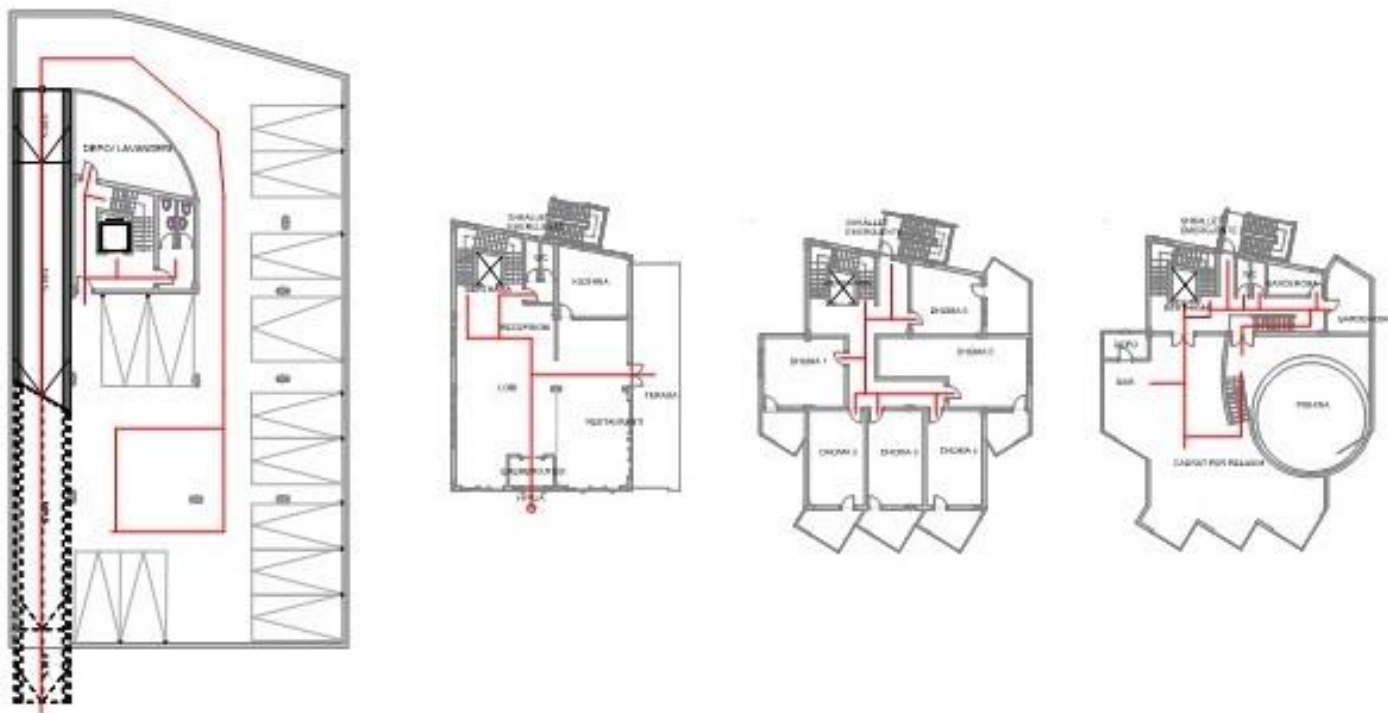


Fig.19 Analiza e Qarkullimit dhe Zonimit

4.4. Shkallët kryesore (të brendshme) / Shkallët emergjente (të jashtme) / Ashensori / Rampat

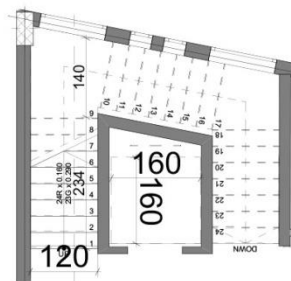


Fig.20 Shkallë kryesore dhe ashensori



Fig.21 Shkallët emergjente



Fig.22 Rampa 6% pjerrtësi

4.5. Parkingjet

Në hapësirën e parkingur nëntokërë ka një hapësirë për parking për cdo dhomë, edhe 2 hapësira tjera extra ndërsa ka 3 hapësira parkingu përpara ndërtesë në rast të ndonjë ndalese të shpejt në hotel apo situatë tjetër të mundshme.

Parkimi për secilën dhomë është thelbësore. Shumë ndërtesa sigurojnë pak ose aspak parkim për të dekurajuar përdorimin e transportit privat. Kjo është efektive vetëm kur është e pamundur të parkoni në rrugët ngjitur dhe nëse ka transport të përshtatshëm publik në dispozicion. Nevojat e personave me aftësi të kufizuara duhet të konsiderohen gjithashtu.

5. ANALIZA E PROBLEMIT

5.1. Identifikimi i kerkesave te Turizmit

Turizmi tani është një nga motorët më të mirë për zhvillim. Cdo vitë më shumë njerëz janë në lëvizje sesa kurrë më parë në histori. Me planifikim dhe menaxhim të mirë, turizmi mund të jetë një forcë pozitive, duke sjellë përfitime të mira. Nëse planifikohet dhe menaxhohet dobët, turizmi mund të jetë një motor për degradim. Në mënyrë që të shmangim degradimin, një faktor i rëndësishëm është që të identifikohen kërkesat e turistëve, që gjithmonë janë në rritje.

5.2. Mungesa e ndërtesave hotelierike

Edhe pse një qytet si Ulqini, i cili tashmë e ka fituar emrin si një qytet me sezon të sukseshme verore, nuk ka ndërtesa hotelierike të mjaftueshme. Shumica e hapësirave të dedikuara për qëndrim për mysafirë janë shtëpija private të popullit ulqinak, gjw e cila nuk ndihmon në rritjen e standartit të turizmit në Ulqin.

5.3. Mungesa e gjelbërimit dhe hapësirave rekreative

Për vetë faktin që është “Boutique Hotel” në shumicën e rasteve nuk ka hapësira të mëdha rekreative apo të gjelbëruara, mirëpo kjo s’do të thotë që këto hapësira duhet të neglizhohen plotësisht. Si hapësirë rekreative hoteli ofron pajisjet në kulm siç është pishina dhe bari si dhe hapësira e përbashkët në përdhës për socializim apo për punë. Ndërsa hapësira të gjelbëruara ka në pjesën hyrëse të hotelit.

5.5. Objektivat e zgjidhjes së problemeve të lartëcekura

Sot, turistët kërkojnë luks, stil dhe shërbim. Sado mirë i planifikuar hoteli është, ajo nuk ka rëndësi nëse kërkesat e turizmit nuk përmbushen. Thënia “klienti ka gjithmonë të drejt” është më e saktë se kurrë. Kërkesat e turizmit janë gjithmonë duke ndryshuar, prandaj edhe hoteli si çdo

biznes tjetër duhet të jetë ne dijeni të kërkesave gjithnjë në ndryshim të klientëve të tij gjatë gjithë kohës. Hapi i parë për zgjidhjen e cdo “problemi” pa marr parasysh, është identifikimi i tij. Në qytete gjithnjë e më të mbushura mund të jetë e vështirë të gesh hapësirë të bollshme për gjelbërim. Por ekzistojnë hapësira të gjelbërta përreth që të japin përfitime. Mirëpo, duhet t’i japim më shumë prioritet.

6. DETYRA PROJEKTUESE

6.1. Programi projektues/funksionet themelore të hotelit

Ndërtesat Hoteliere shërbejnë për banim / akomodim të shkurtër dhe të përkohshëm të njerëzve / mysafirëve, të cilët mund të kenë qëllime të ndryshme, duke filluar nga ato turistike, biznesore, udhëtimeve të ndryshme logjistike e zyrtare, konferencave e gjerë te qëllimet e pushimit, argëtimit/ lojërave, rekreimit dhe rehabilitimit fizik e shpirtëror.

Nga vetë perkufizimi i Hoteleve shihet se kemi të bëjmë me një mori shërbimesh që duhet të ofrojnë këto institucione për të kënaqur kërkesat e ndryshme të klientelës, së këndejmi nga këto kërkesa dhe implikime tjera, janë shfaqur dhe zhvilluar tipologji të ndryshme të Hoteleve në varesi të vendit, klimës, destinimit dhe kërkesave specifike të klienteve dhe investitorëve, duke mos lënë anash qasjet dhe konceptet e reja kreative të arkitektëve dhe dizajnerëve. Butik Hotelet (Boutique Hotels) të konceptuara si hotele luksoze me kompozicion unik apo intim me shërbim të plotë të akomodimeve, të pajisura në mënyrë stilistike dhe aspiruese, të fokusuara në klientelë specifike për të ofruar komfor, intimitet dhe qasje mikpritëse.

6.2. Përcaktimi dhe ndarja e etazheve

Ndërtesa është me etazhitet B+P+2. Bodrumi shërben si parking nëntokësorë. Përdhesa është kati ku bëhet pritja e mysafirve dhe ushqimi përmes restaurantit. Dy katet në vijim shërbejnë për akomodimin e turistëve, pra janë dhomat e tyre të përcaktuara. Gjithsej janë 12 dhoma. Dhe në kulm gjejmë një hapësirë relaximi, ku ndodhet pishina dhe terasa për rrezitje.

7. PROJEKTI

- **Koncepti**
- **Analizat**
- **Situacioni i gjerë**
- **Situacioni i ngushtë**
- **Baza e themeleve**
- **Baza e përdhesës**
- **Baza e katit karakteristik**
- **Baza e kulmit**
- **Prerjet**
- **Detalet**
- **Njësitë karakteristike**
- **Fasadat**
- **Pamjet 3D**

8. PËRSHKRIMI TEKNIK

Në katin e përdhesës me anë të së cilës hyjmë në ndërtesë gjendet lobi, për nga shihet recepsioni, shkallët dhe ashensori. Poashtu gjinden edhe banjot e fshehura nga syri i lirë. Gjithashtu ndodhet restoranti me taras ku musafirëve iu shërbehet mëngjesi. Nëse vendosim të ulemi ne bodrum, ekziston parkingu si dhe depo/ lavanderia dhe banjot por nëse vendosim të ngjitemi lartë kemi dhomat e turistëve dhe e njëjta planimetri e shoqëron edhe katin e dytë. Në teras apo kulm gjindet pishina me të gjitha kthinat që i nevojiten musafirëve për ta shijuar në maximum pishinën sic është garderoba, banjot etj. Gjithashtu kemi barin dhe hapësirë për rrezitje. Në cdo kat gjindet dalja në raste emergjente. Për sa i përket konstruksionit, ndërtesën e mban konstruksioni skeletor nga Betoni i Armuar.

9. KONKLuzion

Lokacioni është shumë i përshtatshëm për turizëm, duke i marr parasysh edhe dobësitë e tij, fuqitë dhe perparësitë e tij mbizotërojnë. Ky hotel do ishte shumë pozitiv për qytetin e Ulqinit, përveç se do ndihmonte në ekonominë lokale, gjithashtu do të rriste standartin e ndërtesave turistike në Ulqin. Poashtu vlen të përmendet lokacioni ideal për zhvillim të turizmit me pamjen e mrekullueshme nga deti dhe pjesa e vjeter e qytetit të Ulqinit.

Kënaqësia që njeriu përjeton nga mjedisi fizik rreth tij ka ndikim në gjatësinë e kohës që klientët vendos të qëndrojnë në atë mjedis gjegjësisht hotel. Hapësirat të këndshme dhe funksionale si dhe shërbimet e personalizuara janë sekretet e suksesit të një hoteli. Kënaqësia e një udhëtari drejt elementeve të ndryshme të projektimit mund të ndikojnë në përkufizimin e tyre të atraktivitetit të hotelit. Bazuar në konstatimet e këtij studimi, 1- Shërbimet speciale, 2- Karakteristikat e dhomave, 3- Komoditeti dhe 4- Dizajni i hotelit tregohen si atributet më tërheqëse për mysafirët e hoteleve “boutique”.

10. REFERENCAT

Andorka, F. (1995). Lobbying efforts. *Hotel and motel management*, 210 (19), 134-135.

Berens, C. (1996). *Hotels, bars, and lobbies*. Neë York: McGraë-Hill

Cerver, F. A. (1995). *Commercial space: Bars, hotels, and restaurant*. Sëitserland:

Rotovision S. A.

Collins, D. (2001). *Neë hotel: architecture and design*. London: Conran octopus limited.

Elliot, J., & Johns, N. (1993). The influence of international tourism trends on the hotel design. *International journal of contemporary hospitality management*, 5(2), 6-9.

Gunter, H (2005). *Boutique hotels: Braën and brain*. *Hotel and motel management*, 220 (12), 1-2. Duluth.

<https://ëëë.visit-montenegro.com/main-cities/ulcinj/>

Renate Bornberg. 2018. *Cultural Spaces: On Architecture and Identity of Ulcinj/Ulqin | Montenegro*.