



**OTELLERİN MİMARİ TASARIMLARININ
MÜŞTERİ TERCİHİNDEKİ ETKİLERİ
ALANYA DA BEŞ YILDIZLI OTELLERDE
BİR ARAŞTIRMA
Yüksek Lisans Tezi**

Hasan Servet ÜNLÜ

Alanya, 2021

**OTELLERİN MİMARİ TASARIMLARININ MÜŞTERİ
TERCİHİNDEKİ ETKİLERİ – ALANYA DA BEŞ YILDIZLI
OTELLERDE BİR ARAŞTIRMA**

Hasan Servet ÜNLÜ

0000-0002-6578-6986

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mimarlık Ana Bilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Erol SAYIN

**Alanya
Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Aralık 2021**



ÖZET

OTELLERİN MİMARİ TASARIMLARININ MÜŞTERİ TERCİHİNDEKİ ETKİLERİ: ALANYA DA BEŞ YILDIZLI OTELLERDE BİR ARAŞTIRMA

Hasan Servet ÜNLÜ

Mimarlık Anabilim Dalı

Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Aralık 2021

Danışman: Prof. Dr. Erol SAYIN

Oteller, konaklama işletmeleri arasında geniş bir alanı işgal eden farklı turizm türleri açısından önemli yere sahip mekânlardır. Oteller temel olarak birer ticari işletme olduklarından dolayı müşterilerinin tercihleri doğrultusunda hareket ederek karlılıklarını ve bununla beraber sürdürülebilir bir ticari işletme olma özelliklerini korumaları gerekmektedir. Özellikle son dönemlerde müşteri tercihlerinin çeşitlenmesi ve farklı taleplerin gündeme gelmesi geleneksel ile günceli buluşturabilen bunu müşteri tercihleri doğrultusunda harmanlayabilen işletmelerin avantajlı konuma geçmesine imkân verecektir. Müşterilerin beklentilerini tespit edebilmek açısından farklı yöntemler izlenebilir ancak her ne olursa olsun iç ve dış tasarım öğeleri planlanırken kullanım amacı, hitap edilen kitle, bulunulan yöre gibi etmenlerin yanında müşterilerin bugünkü ve ileriye dönük tercihlerinin ele alınması fayda sağlayacaktır. Özellikle müşterilerin konaklama süresince birebir temas ettikleri mekânlarda ihtiyaçlarının karşılanması önem arz eder. Bu çalışmada konuya dair alanyazın irdelendikten sonra Antalya ilinin çok önemli bir turizm ilçesi olan Alanya özelinde 5 yıldızlı otellerin müşteri tercihleri ile otel tasarımları bağlantısı irdelenmeye çalışılmıştır. Yörede seçilen 5 yıldızlı otellere hazırlanan soru formu üzerinden işletmelerinde müşterilerin tercihlerinin iç ve dış tasarım öğelerini nasıl etkilediği konusunda mülakat ile veri toplanmıştır. Elde edilen veriler soru grupları üzerinden değerlendirilerek yorumlanmıştır. Araştırmada konunun çözümlenmesi amacıyla, araştırmaya dâhil olan otellerin yöneticilerinden soru grupları vasıtasıyla alınan verilerin analizi sonucunda tespit edilen neticeler yer almaktadır. Tespit edilen çıktılarına bağlı şekilde açıklayıcı tanım ve yorumlar ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Otel, Tasarım, Müşteri Tercihleri

ABSTRACT

THIS THESIS TITLED “THE EFFECTS OF THE ARCHITECTURAL DESIGN OF HOTELS ON CUSTOMER PREFERENCE - A RESEARCH ON 5 STAR HOTELS IN ALANYA

Hasan Servet ÜNLÜ

Department of Architecture Management

Alanya Hamdullah Emin Paşa University, Graduate School, December 2021

Supervisor: Prof. Dr. Erol SAYIN

Hotels are important place or various Tourism types which occupies a vast field among accommodation. Hotels should keep their profitability and besides this of being sustainable trade company qualifications by acting accordingly on their customer preferences. Especially recently customer preferences diversified and different customer demands are in place therefore this gives the possibility to the hotels which can integrate otantic and modern accordingly with customer choices gets and advantageous location in the competition. To grasp the customer demands there can be various methods to be followed up but in any case when planning interior and exterior design elements taking into account customer demands of future and today would help besides purpose of use, targeted society, and location of building. In this study after exploring relevant literature impact of customer preferences relation with design of 5 star hotels in Alanya which is an important touristic district of Antalya has been accomplished. Data were collected through interviews on how the preferences of customers in their businesses affect interior and exterior design elements through a questionnaire prepared for 5-star hotels selected in the region. The data obtained were evaluated and interpreted through question groups. In order to analyse the subject in the research, there are the results determined as a result of the analysis of the data obtained through the question groups from the managers of the hotels included in the research. Explanatory definitions and comments have been put forward depending on the determined outputs.

Keywords: Hotels, Design, Customer preferences

ÖNSÖZ

Tez çalışmam sürecinde değerli yardım ve katkılarıyla beni bilgilendiren ve yönlendiren Tez Danışmanım Prof. Dr. Erol SAYIN hocama yine sektörde uzun yıllar hizmet veren kıymetli deneyim ve bilgi birikiminden faydalandığım otel yöneticileri ve işletmecilerine, halen bünyesinde çalışmakta olduğum Gold Hotels Grubu Genel Müdürü Özkan Ünal'a ayrıca çalışmalarım esnasında benden yardımlarını esirgemeyen tüm sektör mensuplarına ve yüksek lisans eğitimim boyunca katkıları olan tüm hocalarıma teşekkür ediyorum. Umarım bu çalışma, konuyla alakalı araştırma yapan ilgililere bir nebze olsun fayda sağlayacaktır.



İÇİNDEKİLER

Sayfa

BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	ii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ	vi
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	vii
İÇİNDEKİLER	ix
TABLolar DİZİNİ	xii
ŞEKİLLER DİZİNİ	xiii
KISALTMALAR DİZİNİ	xiv
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Amacı	1
1.2. Araştırmanın Konusu ve Kapsamı	1
1.3. Araştırmanın Önemi	2
1.4. Araştırma Soruları	2
1.5. Araştırmanın Düzeni	2
1.6. Araştırmanın Yöntemi	3
1.7. Araştırmanın Sınırlılıkları	3
2. ALANYAZIN	4
2.1. Otel İşletmesi	4
2.1.1. Otel işletmelerinin tarihçesi	4
2.1.2. Otel işletmelerini tanımlama	6
2.1.3. Otel işletmelerini sınıflandırma	7

2.1.3.1. Niteliklere bağılı sınıflandırma	8
2.1.3.2. Konumuna bağılı sınıflandırma	12
2.1.3.3. Kullanım maksatlarına bağılı sınıflandırma	13
2.1.3.4. Yapılarına göre sınıflandırma	14
2.1.4. Otel işletmelerinin genel nitelikleri	16
2.2. Otel İşletmelerinde Kullanıcı Beklentileri	17
2.2.1. Konukların genel gereksinimleri	19
2.2.2. Konukların kullanıcı olarak gereksinimleri	21
2.2.2.1 Konukların fiziksel gereksinimleri	24
2.2.2.2. Konukların psikolojik gereksinimleri	24
2.2.5. Konukların kullanıcı tercihleri	30
2.3. Otel Tasarımı Mekân ve Unsurları	31
3. YÖNTEM	58
3.1. Araştırma Modeli	58
3.2. Çalışma Grubu	58
3.3. Veri Toplama Araçları	59
3.4. Görüşme Formları İçeriğı	60
3.5. Verilerin Toplanması	61
3.6. Verilerin Analizi	61
4. BÜLGULAR VE YORUM	62
4.1. Görüşmelerin Analizi ile Elde Edilen Bulgular	62
4.1.1. Otelin mülk sahibi, mimari proje oluşturulurken dikkate alınan kıstasların ve müşteri hedef kitlerinin değerlendirmesinden elde edilen bulgular.....	62
4.1.2. Yüklenicilerin mimari projeyi uygulama oranı ve müşteri beklentilerinin dikkate alınması.....	63

4.1.3. Mekâna dair müşteri değerlendirmeleri üzerinden dış veya iç mekân tasarımında öngörülen değişiklikler ve öngörülen değişikliklerden gerçek projeye yansıyanlar	64
4.1.4. Özel talepleri olan müşterilere dönük mimari detayların varlığı ve mimari projede psikolojik gereksinimlerin durumu	65
4.1.5. Mimari projede yapılanların anket uygulaması ile değerlendirilmesi, talep değerlendirmede kıstaslar ve işletmenin müşteri taleplerini değerlendirmesi	66
4.2. Bulgulara Dair Yorum	68
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	72
KAYNAKÇA.....	75
EKLER	78
ÖZGEÇMİŞ	80

TABLÖLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 2.1. Otel Türleri Sınıflandırması	7
Tablo 2.2. İnsani Boyut, Çevre Şartları ve Davranış Sistemi Unsurları	23
Tablo 2.3. İnsan Gereksinimleri ve Sağlanmaları Adına Gereken Sosyo-Fiziki Mekanizmalar.....	26
Tablo 2.4. Maslow'un Temel İnsani Gereksinimlerin Tasarıma Yansımalar	27
Tablo 2.5. Otellerde Organizasyon ve Kullanıcı Birimleri	28
Tablo 2.6. Oda ve Alt Mekânların Genel Alan Ölçüleri	39
Tablo 2.7. Oda Girişlerinin Alan Bölümleri	43
Tablo 2.8. Mekâna Göre Aydınlatma Özellikleri	51
Tablo 2.9. Görüşme Yapılan Otellerin ve Mimarlık Ofisinin Dökümü	59
Tablo 2.10. Otelin Mülk Sahibi, Mimari Proje Kıstasları ve Müşteri Kitlesi Bilgileri.	63
Tablo 2.11. Otelin Mülk Sahibi, Mimari Proje Kıstasları ve Müşteri Kitlesi Bilgileri.	64
Tablo 2.12. Otelin mekâna dair müşteri değerlendirmeleri üzerinden dış veya iç mekân tasarımında öngörülen değişiklikler ve öngörülen değişikliklerden gerçek projeye yansayanlar	65
Tablo 2.13. Otelin özel talepleri karşılamak ve psikolojik gereksinimlerle ilgili yaklaşımı	65
Tablo 2.14. Mimari projede yapılanların anket uygulaması ile değerlendirilmesi, talep değerlendirmede kıstaslar ve işletmenin müşteri taleplerini değerlendirmesine dair cevaplar.....	67

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 2.1. Ribat-i Şerif Kervansarayı	5
Şekil 2.2. Ribat-i Şerif Kervansarayı Yapı Planı	5
Şekil 2.3. Geleneksel Bir Otel İşletmesinin Organizasyon Şeması	7
Şekil 2.4. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi.....	19
Şekil 2.5. Bir Otel Odası ve İşlevsel Bölümleri	29
Şekil 2.6. Konukların Genel Beklentileri	30
Şekil 2.7. İki Farklı Otel Odası Kesiti	32
Şekil 2.8. İki Farklı Otel Odası Tasarımı	33
Şekil 2.9. Otel Lobisi Örnek Tasarım	36
Şekil 2.10. Otellerde Farklı Kat Planları	37
Şekil 2.11. Dairesel Vaziyet Planlı Bir Otel.....	38
Şekil 2.12. Ankara Palas Oteli Kat Yerleşim Planı ve Resmi	39
Şekil 2.13. Bir Süit Oda Örneği.....	40
Şekil 2.14. Otel Odalarının Formları	41
Şekil 2.15. Otel Odasının Mekân Unsurları.....	42
Şekil 2.16. Çift Kişilik Yataklı Bir Oda	45
Şekil 2.17. Jakuzi Küvetli Yatak Odası	46
Şekil 2.18. Otel Odalarında Kullanılan Mefruşat Ürünleri	48
Şekil 2.19. Otel Odalarında Islak Zeminli Alanlar	49
Şekil 2.20. Küvetli Tip Bir Otel Banyosu	49
Şekil 2.21. Otel Odalarında Kullanılan Aydınlatmalar	50
Şekil 2.22. Gereksinimler ve Tasarım İlişkisi	53
Şekil 2.23. Tasarım ve Kullanım Döngüsü	54
Şekil 2.24. Kullanıcının Mekân Algısını Etkileyen	56

KISALTMALAR DİZİNİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
CRI	: Color Rendering Index (Renklerin Geriverim Endeksi)
HIP	: Higly Indidivdual Places (Çok Özel Yerler)
LED	: (Light Emitting Diod/ Işık Yayan Diyot)
TV	: Televizyon
VIP	: Very Important Person (Çok Önemli Kimse)



1. GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Amacı

Otel işletmeleri konaklama ihtiyacının önemli bir kısmını karşılayarak ülkelere turizm gelirlerinin artmasına, misafirleri olan yabancı müşterileri ile döviz geliri sağlamasına yardımcı olan aynı zamanda ciddi bir istihdam potansiyeli barındıran önemli kurumlardır. Bu alanda nitelikli ve karlı bir otel stokuna sahip olmak ancak modern süreçleri takip ederek ve gelişmelere ayak uydurarak olabilir. Kalite yaklaşımının özünde müşterilerin isteklerinin karşılanması gelir. Otel işletmelerinde hem servis kalitesinin hem de algılanan kalitenin sağlanması önem arz ederken otel tasarımlarında da müşterilerin tercihlerinin rol oynaması gerekir. Burada bahsedilen sürecin tabii bir neticesidir. Bu amaçla özellikle önemli turizm potansiyeli barındıran Antalya ili Alanya ilçesindeki büyük otellerin müşteri tercih ve beklentilerini iç, dış tasarımlarına nasıl yansıttıkları geçerli bir örnek oluşturacaktır. 5 yıldızlı otellerin seçilmesi müşteriler bakımından fiyat unsurundan nispeten bağımsız olarak tasarım öğelerinin müşteri beklentisiyle şekillenmesine dair tespit yapılabilmesine imkân tanımaktır. Otel tasarımlarında müşteri tercihlerinin rolünün belirlenmesi açısından değerli bir veri seti oluşturulması ve analizi hedeflenmiştir.

Araştırmanın ana amacı yanında alt amacı;

Otellerin müşteri memnuniyetleri ve tasarım da müşteri beklentilerini değerlendirmeleri arasında bir bağlantı olup olmadığının anlaşılmasıdır.

1.2. Araştırmanın Konusu ve Kapsamı

Bu araştırmada hedeflenen otel tasarımlarında müşterilerin tercihlerinin ne tür ve ölçüde etkileri olduğunun belirlenmesidir. Araştırmanın kapsamı Antalya ili Alanya ilçesinde bulunan 5 yıldızlı otellerde müşteri tercihlerinin otellerin iç ve dış tasarımlarına olan etkilerinin irdelenmesidir. 2020 yılı İl Kültür Turizm Müdürlüğü verileri uyarınca Alanya ilçesinde 5 yıldızlı 84 otel bulunmaktadır. Araştırma kapsamında bu otellerden 14'ü ile iletişime geçilip anketler cevaplandırılmıştır. Araştırmacı bu anketlerin cevaplarını değerlendirerek konuya dair bir analiz yapmayı planlamıştır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Bu araştırma Alanya ilçesi özelinden yola çıkarak kurumsal otel işletmelerinde müşterilerin tercihleri doğrultusunda iç ve dış tasarım öğelerinin ne derce ve nasıl etkili olduklarına dair bir kaynak oluşturacaktır. Bu özelliği itibariyle Türkçe kaynaklara katkı yapacak bir konumdadır ve bahsedilen içerik dolayısıyla önem arz etmektedir. Alanyazın ve analiz değerlendirmeyeyle beraber otel dış ve iç mimarisi, otel işletmecileri bakımından da yararlı bir kaynak olması hedeflenmektedir.

1.4. Araştırma Soruları

Bu çalışma kapsamında aşağıdaki esas sorulara cevap aranmaktadır;

- Otel tasarımlarında müşterilerin tercihlerinin tasarım öğelerine etkisi ne seviyededir?
- Otel tasarımlarında müşteri talepleri projeye nasıl yansıtılmaktadır?
- Otel işletmeleri müşteri taleplerinin tasarıma etkisi hakkında düşünceleri nelerdir ve bunu hangi kıstaslar ile yansıtmaktadırlar?

1.5. Araştırmanın Düzeni

Çalışmanın ilk kısmında araştırmanın genel maksadı ve daha alt başlıklarda amaçları, bu araştırma konusunun kapsamı ile araştırma soruları ve araştırma yöntemi ile sınırlılıkları hakkında bilgiler verilmiştir. Araştırmanın ikinci bölümünde konuya dair genel alanyazın derlenmiştir. İkinci bölümde öncelikle otel işletmeleri hakkında genel bilgilendirme yapılmıştır. Otel işletmelerinin sınıflandırması bunlara bağlı olarak nitelikleri ve otel müşterilerinin kullanıcı beklentileri hakkında bilgiler verilmiştir. Müşterilerin beklentileri ile birlikte gereksinimlerden bahsedilerek fiziki ve psikolojik beklentiler olarak iki alt başlıkta incelenmiştir. Otel tasarımları yapılırken müşterilerin bu tercihleri doğrultusunda nasıl şekillendiği ile ilgili alanyazın bilgilerine de yer verilmiştir. Üçüncü bölüm araştırmanın yöntemi bu yöntemin seçilmesinin gerekçeleri ifade edilmiştir. Bununla beraber mülakat anketinde katılımcılarının nitelikleri ve katılımcılarla alakalı nicel bilgilere yer verilmiştir. Araştırma kapsamında toplanan verilerin nasıl toplandığı, çalışmanın metodu ve veri analizinde hangi yaklaşımın kullanıldığı detaylı biçimde açıklanmıştır. Dördüncü bölümde, yapılan görüşmelerden elde edilen veriler analiz edilmiş ve analiz sonucunda ortaya çıkan bulgulara yer verilmiştir. İçerik analizi

sonucunda ortaya çıkan kodlar, kategoriler altında, kategoriler ise daha genel kapsayıcı nitelikte olan temalar altında sınıflandırılarak bulgular daha anlaşılır hale getirilmiştir. Bununla birlikte, her bir tema altında çıkan ortak bulgular katılımcıların ifadelerinden alıntı yapılarak desteklenmeye çalışılmıştır. Son bölümde ise, yapılan analizlerle ortaya çıkan bulgular ışığında çalışmanın sonuçlarına yer verilmiştir. Bu bölümde çalışmanın yönetsel ve operasyonel çıktıları değerlendirilmiştir.

1.6. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılarak, araştırmanın verileri anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Araştırmanın alanı Antalya'nın Alanya ilçesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı ulusal ve uluslararası otel işletmeleridir. Araştırmadaki katılımcılar nitel araştırma sistematiği içinde gelişmiş olan örneklem yöntemlerinden kartopu örnekleme kullanılarak belirlenmiştir. Katılımcılara konuyla alakalı 20 soru sorulmuştur. Anketler, araştırmacı tarafından Eylül ve Ekim 2021 tarihleri arasında Alanya'da yapılmıştır. Bu görüşmelerden toplanan veriler mülakat tekniği ile analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Yöntemle alakalı daha geniş izahat üçüncü bölümde ifade edilmiştir.

1.7. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanıldığı için araştırmanın bir genelleme vaziyeti söz konusu olmamakla beraber, bu araştırmanın bazı sınırlılıkları vardır.

- Bu araştırmada, Alanya ili sınırlarında bulunan 14 ulusal ve uluslararası 5 yıldızlı otelin anketlere verdiği cevaplarla toplanan veriler çerçevesinde sınırlıdır.
- Farklı bölgelerde ve farklı yıldız sınıflandırmasına sahip otellerde yapılacak çalışmanın değişik neticeleri olabileceği düşünülerek araştırma bu verilerle sınırlı kabul edilmektedir.

2. ALANYAZIN

2.1. Otel İşletmesi

Otel işletmeleri yolcuların ve turistlerin geceleme yapabilecekleri ve bunun yanı sıra yemek, eğlenme gibi ek hizmetler sunabilecek tesislerdir. Yabancı kökenli bir kelime olan otel her ne kadar bir konaklama tesisi türü ise de halk arasında tüm konaklama tesisleri için kullanılan ortak bir tabire dönüşmüştür (Karahasanoğlu, 2004, s. 41).

2.1.1. Otel işletmelerinin tarihçesi

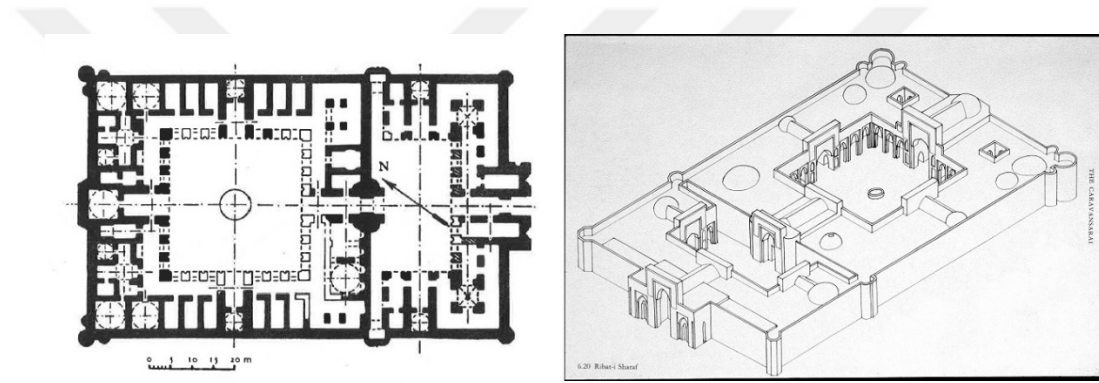
Otel işletmeleri konaklamanın tarihsel gelişimin bağlı olarak gelişmiştir. Coğrafyalara ve kültürlere bağlı olarak değişim gösteren konaklama gereksinimini karşılayan tesisler antik medeniyetlerden bu yana hizmet vermişlerdir. Ticarete mübadele aracı olarak paranın kullanılmaya başlanmasından itibaren iş yaşamı gelişmeye başlamış ticaret yapmak amacıyla başka bölgelere giden kimselerin konaklama gereksinimlerini karşılamak adına yapılar inşa edilmeye başlamıştır. Anadolu coğrafyasında konaklama yapılarına dair kayıtlar Selçuklu dönemine kadar girmektedir. O dönem kervansaray adı verilen işletmeler Orta Asya'dan Anadolu'ya doğru farklı bölgelerde kurulmuş ve işletilmiştir (Karahasanoğlu, 2004, s. 42).

O dönemin ihtiyaçları gereği ticaret amacıyla bir yerden diğerine giden kervanların güvenli konaklama yapabilecekleri işletmelere ihtiyaç vardı. Bu yapılar devlet desteği ile veya özel vakıflar ve şahıslar tarafından işletilmekteydiler. Devlet ve vakıf gelirleri olduğu için ticareti teşvik maksat bu yapılarda konaklama yapanlardan ücret alınmadan işletilmesi de söz konusudur. Dönemin gereklerine uygun mimari özelliklere sahiptiler. O dönemde işlek şehirlerarası yollar yoktur bu nedenle ıssız yolların üzerinde bulunan konaklama tesislerinin öncelikle güvenlik gereksinimine cevap vermesi gerekmektedir bu sebeple kervansaraylar dışardan bir kaleyi andıracak görüntüye sahiptiler. Dönemin şartları sürekli çalışan ve belirli standartlara sahip işletmelerin ortaya çıkmasına müsait olmadığı için bazı durumlarda konaklamak adına tercih edilen yapılar batı medeniyetine ait coğrafyalarda manastır ve kiliseler olurken doğuda kervansaray ve zaviyelerdir. Bugünün büyük otellerinin o dönemki karşılığı bahsedilen tarzdaki han ve kervansaraylardır. Aşağıda Selçuklu döneminde inşa edilmiş Ribat-i Şerif kervansarayının yapısal özelliklerini yansıtan bir resim vardır.



Şekil 2.1. Ribat-i Şerif Kervansarayı (Sanatın Yolculuğu, 2019)

Aynı kervansarayın yapı planı ise aşağıdaki gibidir.



Şekil 2.2. Ribat-i Şerif Kervansarayı Yapı Planı (Sanatın Yolculuğu, 2019)

Plana bakıldığında geniş bir avlu çevresinde dağılmış konuk odalarının bulunduğunu görmekteyiz. Günün gereklerini karşılamak üzere dış duvarlar sağlam ve yüksek taş duvarlar şeklinde inşa edilmişken içerde kervan sahiplerinin binek hayvanlarını muhafaza edebilecekleri alanlar, yönetim odaları ile çevreye dağılmış haldeki konuk odalarının bulunduğu görülebilir. Zamanın gereklerine göre konukların gereksinimleri doğrultusunda konaklama tesisi yapısal değişikliklere uğramıştır. Geçmişten günümüze konaklama amacıyla kullanılan yapıların özelliklerine bakarsak bu durumu net olarak görebilmekteyiz. Konaklamak için kullanılan kervansaray ve hanlardan daha sonra özellikle Avrupa’da “Rönesans” dönemi etkisi ile sanatsal tarafı daha önde yapılar ortaya çıkmaktadır. 18.yy’dan başlayarak ise Sanayi Devrimi şehirlerin yapısını değiştirmiş endüstrileşme ile birlikte gereksinimler farklılaşarak günümüzün otel kavramına yakın yapılar ve işletme biçimleri ortaya çıkmıştır. Sanayileşme olgusu büyük şehirlere göç edilmesine, ticari ve endüstriyel ilişkilerin değişim göstermesine yol açmıştır. Demiryollarının gelişmesi neticesinde atlı posta arabaları ortadan kalkarken posta arabalarını

konaklaması için gereken hanlar ve konukevleri işlevsiz hale gelmişlerdir. İlk örneği 18.yy sonlarında ABD’de olmak üzere şehir otelleri açılmaya ve giderek yaygınlaşmaya başlamışlardır (Burkart & Medlik, 1984, s. 45).

Artık otel kavramını değerlendirirken sadece ticaret yapan iş insanlarına konaklama hizmeti veren işletmelerden bahsetmek mümkün değildir. 20. yy. başından itibaren otomobil kullanımının yaygınlaşması ardından havayolu taşımacılığının gelişmesiyle birlikte uzun mesafeli seyahatler yapan kimselerin sayısında ciddi artışlar söz konusu olmuştur. 1930’lu yılları takiben zincir otellerin kurulduğu ve yayıldığı görülmüştür. Ailelerin tatil seyahatlerinde konaklama ihtiyacını karşılayan işletmeler, özellikle eğlence amacı güden oteller ve iş yaşamına farklı olanaklar getiren özel amaçlı oteller tarihsel gelişimi takip ederek kurulmuş ve yaygınlaşmıştır. Gelişim ve değişim devam ettiği sürece yeni gereksinimleri karşılamak üzere farklı oteller devreye girecektir (Yüce, 2015, s. 8).

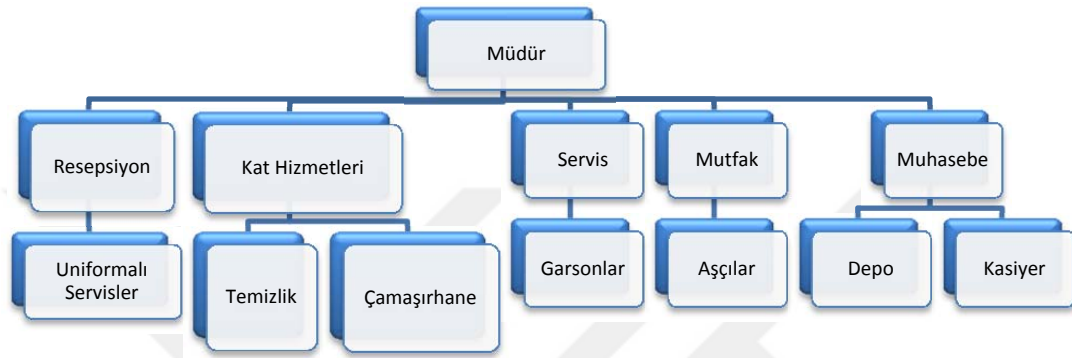
2.1.2. Otel işletmelerini tanımlama

Ülkemizde otel işletmelerini tanımlarken Kültür Bakanlığı yönetmelikleri esas alınmaktadır. Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe göre oteller şu şekilde tanımlanmaktadır: *“Oteller, esas işlevleri müşterilerin konaklama gereksinimlerini sağlamak olan ve bu hizmetin yanında, yeme-içme, eğlence ve spor gereksinimler için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de içinde bulunduran tesislerdir.”* Yönetmeliğe göre oteller; bir, iki, üç, dört ve beş yıldızlı oteller olarak gruplanmaktadır (Kozak, Kozak, & Kozak, 2015, s. 12).

Günümüz gereklerine göre şekillenen oteller konuklarının gereksinim ve beklentilerini karşılamak üzere kurulmuş bu amacı gerçekleştirmeyi hedefleyen ticari işletmelerdir. Yalnızca turizm sektörünün gereklerini karşılamak adına değil aynı zamanda iş gezileri ve eğlence sektörünün ihtiyaçları için de faaliyet gösteren kurumlar haline dönüşmüşlerdir. Konumları, hizmetleri iç ve dış tasarım öğeleri ile farklılaşan oteller konuklarına en iyi hizmeti verirken rekabet içinde oldukları kurumlarla birlikte sürdürülebilir bir iş modelini yaşama geçirme hedefindedirler (Kozak N. , 2012, s. 25).

Otellerin yapılarına ve büyüklüklerine göre organizasyon yapısı değişim göstermekle beraber genel olarak bazı temel birimlerin organizasyonlarda yer alması gereklidir. Otel bir ticari işletme olduğu için yöneticisi ve konuk odalarına hizmet veren

kat hizmetleri servisi, resepsiyon, duruma göre değişmekle beraber yemek hizmeti veren bir birim varlığı düşünülebilir. Otellerin organizasyon yapılarına bakıldığında büyüklüklerine ve niteliklerine göre değişmekle beraber aşağıdakine benzer bir organizasyon yapısına sahip oldukları ifade edilebilir. Bu organizasyon şeması jenerik bir yapı şeması olarak fikir vermek adına paylaşılmıştır (Demirtaş, 2010, s. 29).



Şekil 2.3. Geleneksel Bir Otel İşletmesinin Organizasyon Şeması (Demirtaş, 2010, s. 29)

2.1.3. Otel işletmelerini sınıflandırma

Oteller bilindiği üzere insanların konaklama gereksinimlerini karşılamak amacıyla kurulmuş işletmeler olmakla beraber farklı kıstaslar üzerinden gruplandırılabilir. Bu gruplandırmayı yaparken verilen hizmetin türü, otel büyüklüğü, bulunduğu konum, çalışma zamanları gibi birbirinden değişik özellikleri ele alınabilir. Farklı kaynaklarda daha değişik sınıflandırmalar yapılabilir ancak özellikle nitelikleri, konumları ve kullanım amaçları önemlidir. Bu çalışma kapsamında; nitelik, konum, kullanım maksadı ve yapıları dikkate alınmıştır (Kozak N. , 2012).

Tablo 2.1. Otel Türleri Sınıflandırması (Kozak N. , 2012, s. 22)

Konumlarına Göre	Yapılarına Göre	Kullanımlarına Göre	Niteliklerine Göre
İstasyon Otelleri	Süit Oteller	Kaplıca Otelleri	Bir Yıldızlı Oteller
Liman Otelleri	Tarihi Oteller	Spa Otelleri	İki Yıldızlı Oteller
Şehir Otelleri	Rezidans Oteller	Resort Oteller	Üç Yıldızlı Oteller
Havaalanı Otelleri	Süper Lüks Oteller	Kongre Otelleri	Dört Yıldızlı Otel-

				ler
Karayolu Otelleri	Kavşak	Mega Oteller	Dağ, Kış Sporları Otelleri	Beş Yıldızlı Oteller
		HIP (Higly Individual Places- Çok Özel Yerler) Otelleri	Merkezi Oteller	Moteller
			Casino Otelleri	Tatil Köyleri
			Konsept Oteller	Apart Oteller
				Hostel
				Kamping
				Pansiyon

2.1.3.1. Niteliklere bağlı sınıflandırma

Oteller niteliklerine bağlı olarak sınıflandırılırken, Turizm Bakanlığı'nın "*Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik*" esas alınır. Bu yönetmeliğe göre oteller niteliklerine bağlı olarak bir, iki, üç, dört ve beş yıldızlı olarak değerlendirilirler. Bir diğer sınıflandırma da ise motel, tatil köyü, pansiyon, kamping, apart otel, hostel dikkate alınır. Bu çalışma kapsamında yalnızca oteller yer aldığı için diğer işletmeler ile ilgili detaya girilmeyecektir.

Bir yıldızlı sahip oteller: İlgili yönetmelik uyarınca aşağıdaki özellikleri taşımalarıdır (Resmi Gazete, 2019).

- En az on odaya sahip olmalıdırlar.
- Yalnız sezonluk açık tutulan tesisler dışarda olmak üzere bina girişinde rüzgârlık, hava perdesi, döner kapı benzeri düzenlemeler yapılmalıdır.
- Kapasite uyarınca hazırlanmış kabul yeri ünitesi ve yine kâfi kapasitede, imkânların sağlandığı lobi ile kabul holüne sahip olmalıdırlar.
- Kahvaltı salonu ile uygun genişlikte oturma salonu ile restaurant bulunması halinde bu mahaller kahvaltı maksadıyla kullanılabilir, yaz döneminde çalışan işletmelerde bu maksatla kullanılmış salonun bir bölümü açık olabilir.
- Yönetim personeli için tahsis edilmiş bir oda olmalıdır.
- İnecek veya çıkacak kat sayısı müşteri bakımından üçten çok olması durumunda otel kapasitesiyle uyumlu müşteri asansörü bulunmalıdır.

- 06.00-24.00 saatlerinde verilen büfe hizmetine sahip olmalıdırlar.
- İlk yardım malzemelerinin ve ilgili gereçlerin bulundurulduğu dolapları olmalıdır.
- İşletme odalarında dışarıyla direkt bağlı telefon hizmetine sahip olmalıdırlar.
- Odaların en az % 25'ine hizmet sağlayabilecek değerli eşya kasası bulunmalıdır.
- Genel alanlar ve yatak odaları döşemelerini tümüyle kaplayan seramik, parke, halı, tarzında nitelik sahibi malzemeler olmalıdır.

İki Yıldızlı Oteller: Yönetmeliğe göre bir yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşımalıdırlar (Resmi Gazete, 2019).

- İklim koşullarına uygun olarak genel bölümlerde klima sistemi bulunmalıdır.
- Yatak katlarında kat hizmetleri için ayrılmış ofis veya dolaplara sahip olmalıdır.
- Odalarında saç kurutma makinesi bulunmalıdır.
- Odalara içecek hizmeti olmalıdır.

Üç Yıldızlı Oteller: Yönetmelik uyarınca iki yıldızlı otellerde aranılan şartlarla ek olarak aşağıda sırlanan nitelikleri taşımalıdırlar (Resmi Gazete, 2019).

- İklim koşulları uyarınca göre odalarda iklimlendirme sistemi bulunmalıdır.
- Yatak mevcudunun % 25'i kadar oturma olanağına sahip, lobiden farklı bir alanda düzenlenmiş oturma salonları olmalıdır.
- Ek bir yönetim odası olmalıdır.
- Otelin odalarında televizyon cihazları bulunmalıdır.
- Var olan odaların % 50'sinde mini buzdolabı ve yiyecek yahut içecek türüne uygun servis malzemelerinin bulunması gereklidir.
- Yüzme havuzu ya da ikinci sınıf kafeterya veya lokantada misafir başına en az 1,2 m² alan ayrılabilir biçimde minimum elli kişilik çok maksatlı salon olmalıdır.
- Misafirlerin çamaşırlarını yıkama ve ütüleme imkânı sunulmalıdır.
- Otel rezervasyonlarının bilgisayar üzerinden yapılabilmesi gereklidir.
- 24 saat süren büfe hizmeti olmalıdır.

Dört Yıldızlı Oteller: Dört yıldızlı oteller, yönetmelik uyarınca üç yıldızlı otellerde aranılan şartlarla ek olarak aşağıda sırlanan nitelikleri taşımalıdır (Resmi Gazete, 2019).

- Kabul holünde telefon kabinleri bulunmalıdır.
- Müşterilerin inip çıkacakları kat sayısının ikiden çok olması durumunda otel kapasitesine oranlı, müşterilerin kullanacağı asansör olmalıdır.
- Oda ve genel alanlarda iklimlendirme olmalıdır.
- Konukların kaldığı odalar; mini buzdolabı, kıymetli eşya kasası, yatak örtüsü içermelidir.
- Sabah 6'dan gece 12'ye değin oda servisi hizmeti olmalıdır.
- Kuru temizleme ve terzi hizmeti verilmelidir.
- İşletmenin her katında kat ofisi bulunmalıdır.
- Konuklar için tasarlanmış bir satış mağazası bulunmalıdır.
- Farklı dillerde hazırlanmış dergiler, kitaplar gibi malzemelerin bulunduğu okuma alanı olmalıdır.
- Kapasitesi yüz kişiden düşük olmayacak biçimde, işletme kapasitenin en az % 50'sine hizmet edebilecek birinci sınıf lokanta bulunmalıdır.
- Sürekli verilebilecek sağlık hizmeti ve revir bulunmalıdır. Konuklar bu konuda bilgilendirilmelidir.
- Kâfi bir büyüklüğe sahip bavul, eşya odası ile bu odada verilecek emanet servisi bulunmalıdır.
- Servis asansörü veya merdiveni bulunmalıdır.
- Personelin % 15 kadarı kadar konusunda eğitim alan personel çalıştırılmalıdır.
- İdari personelin, konaklama konusunda eğitimi olan veya minimum beş sene tecrübeye sahibi olması gerekir.
- Konukların internet bağlantısı, telefon, faks, bilgisayar gibi büro işlerini halledebilecekleri yönelik çalışma ofisi bulunmalıdır.
- Konuk odalarında mesaj bırakma hizmeti verilmesi gereklidir.
- Kişi başına en düşük 1,2 m² alan bulunacak biçimde minimum 100 kişiye hizmet verecek çok maksatlı salon ve fuayesi olmalıdır.
- Kapalı yüzme havuzu veya açık yüzme havuzu bulunmalıdır.

- Minimum 100 konuk kapasitesi olan tiyatro, kabare, sinema gibi etkinliklerinin gerçekleştirilebileceği kapalı bir salon olmalıdır.
- Kişi başına en az 1,2 m² alan kalacak biçimde minimum 100 kişilik müzik ve eğlence imkânı sağlayan ayrı bir salon gereklidir.
- Minimum 40 m²' lık spor salonu veya alarm sistemli sauna, hamam, mini golf, tenis veya voleybol sahası, trambolin, kayak ve deniz sporları, duvar tenisi salonu ya da buna benzer olanaklar veren unsurlardan en az üç adedi bulunmalıdır.
- İkram ve içecek servisi verilebilecek minimum 100 misafirlik bir salon bulunmalıdır.
- Türk mutfağını temsilen minimum beş adet sıcak ve soğuk yemek ve tatlıların da verildiği alakart servis verilen ayrı bir restaurant, Kafeterya ve atıştırma servisi, ünitelerinden en az üç adedi.

Beş Yıldızlı Oteller : “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliği” doğrultusunda yapısal, tesisat yerleşme durumu, dekorasyon, donatım ve hizmet standartları bakımından yüksek nitelikler üstün özellikler gösteren, dört yıldızlı otellerde aranan koşullarla beraber aşağıda bildirilen özellikleri taşıyan en az 120 odalı otellere denilir (Resmi Gazete, 2019).

- Müşterilerin inip çıkacağı kat sayısı birden çok olması durumunda işletmenin kapasitesiyle mukayeseli bir müşteri asansörü bulunmalıdır.
- Konuk odalarında; çalışma masası, yatakların başuçlarında merkezi aydınlatma anahtarı ve elektrik prizi, boy aynası bulunmalıdır.
- Konuk odalarında; havlu bornoz, diş temizlik kitleri, tek kullanımlık terlikler, dikiş kitleri, ayakkabı cılası, ayakkabı sileceği, duş köpüğü ile makyaj temizleme pamuğunun yanında kutu kâğıt mendil, şemsiye gibi en az on adet kurumun amblemi olan malzemeler bulunmalıdır.
- Odaların banyolarında; küvet bulunmalıdır. Resepsiyonla bağlı telefon bulunmalıdır, büyüteçli ayna bulunmalıdır.
- İşletmede 6 odadan düşük olmamak üzere oda kapasitesi minimum % 5 oranında bütün ürünleri içilmeyen bir odanın hazırlanması gereklidir.
- Minimum 40 m²' lık spor salonu veya alarm sistemli sauna, hamam, mini golf, tenis veya voleybol sahası, trambolin, kayak ve deniz sporları, duvar

tenisi salonu ya da buna benzer olanaklar veren unsurlardan en az altı adedi bulunmalıdır.

- 24 saat oda servisi bulunmalıdır.
- Garaj ya da üzeri kapalı park alanı, bu alanlarda 24 saat görevli personel bulunmalıdır.
- Konuk odalarında; uydu ya da video yayınlarıyla odaların % 10 oranında internet olanağı sağlanması gereklidir.
- Kadın ve erkek kuaförü bulunmalıdır.
- Konuklar için satış mağazaları bulunmalıdır.
- Personel sayısı uyarınca en düşük %25 oranında eğitim almış personel bulunmalıdır.
- Alakart lokanta bulunmalıdır.
- Deneyimli personel tarafından sağlanacak resepsiyondan farklı bir alanda müşteri ilişkileri, danışmanlık tarzı hizmetlerin verilmesi gereklidir.
- Kat koridoru içinde resepsiyona bağlı telefon olmalıdır.

2.1.3.2. Konumuna bağlı sınıflandırma

Otel işletmeleri bulundukları konumlara bağlı olarak sınıflandırılabilirler. Otel-ler konaklama hizmeti verdikleri için misafirlerinin ulaşım imkânlarıyla alakalı olarak konumlanmaları söz konusu olabilir. Böyle bir sınıflandırma yapıldığında genel anlamıyla 4 ana grupta irdeleme yapılabilir. Bunlar; istasyon, şehir, havaalanı, liman otelleridir. Konumları itibariyle değerlendirilen bu oteller;

İstasyon otelleri: Otobüs terminalleri ve demiryolu garlarının yakınında konuşlanmış aynı yapı alanı içinde yer alabilen oteller bu sınıftadır.

Şehir otelleri: Bu sınıfta bulunan işletmeler konuklarına oda-kahvaltı hizmeti sunan ve konumları itibariyle insan yerleşimlerine yakın şehir merkezlerinde yer alan otellerdir. İş insanları tarafından veya kısa süreli seyahatlerde kullanışlı addedilen otellerdir.

Havaalanı otelleri: Özellikle uluslararası havaalanlarının yakınında konumlanmış seyahat eden kimselerin ve havacılık personelinin kısa vadeli konaklama gereksinimlerini karşılamaya dönük tesislerdir.

Liman otelleri: Liman işletmelerinin yakınında konuşlanmış yukarıdaki ben-

zerleri gibi belirli maksatlarla hizmet vermeyi hedefleyen otellerdir. Bu sınıflandırmaya ek olarak karayollarında önemli otobanla üzerinde veya kavşak noktalarında yer alan otellerde olabilir. Araçlarıyla seyahat eden yolcular için düşünülen bu oteller gecelik konaklama, beslenme, dinlenme gereksinimlerini giderirler. Konumları bağlamında otelleri doğa otelleri, şehir otelleri, tarihi merkezli oteller olarak sınıflandıran yaklaşımlar da vardır (Batman, 2013, s. 34).

2.1.3.3. Kullanım maksatlarına bağlı sınıflandırma

Konaklama maksadı üzerinden sınıflandırıldığında oteller, konaklayan misafirlerin tercihleri ve kullanım amaçları doğrultusunda adlandırılırlar. Misafirlerin birden çok amacına ve gereksinimlerine hizmet veren oteller eğlence, dinlenme, sağlık vs. gereksinimlerine göre değerlendirilebilir. Bu tür bir sınıflandırma yapıldığında amaçlarına göre kaplıca, sağlık kürü otelleri, sayfiye maksatlı oteller, kongre otelleri, spor otelleri, merkez otelleri ve konsept oteller olarak sınıflandırılabilir (Taner, 2013, s. 35).

Kaplıca ve Sağlık Kürü Otelleri: Misafirlerinin belirli rahatsızlıklarına iyi gelecek, doktor tavsiyesi ile de yönlendirilebilen şifalı yeraltı sularının bulunduğu bölgelerdeki oteller bu sınıfta değerlendirilir. Tedavi amaçlı hizmetleri olan bu oteller, mesaj, hamam, tedavi hizmetleri, çamur kürleri gibi olanaklara sahip olabilirler. Konuklar bu otellerde hem dinlenme ve hem de tedavi olma imkânı bulurlar. Yeraltı şifalı su kaynaklarının yaygın olduğu bölgelerde bu tür otellerin bulunduğu görülmektedir.

Sayfiye Otelleri: Dinlenme ve eğlenme maksadıyla konukların tercih ettiği otellerdir. Tatil merkezlerinde bulunan bu işletmeler deniz veya göl kenarında olabilirler, dağ, yayla gibi doğa güzelliklerinin bulunduğu yerlerde konuklarına hizmet verirler. Bulundukları konumun nitelikleri dolayısıyla konuklarının ilgisini çekerler.

Kongre Otelleri: Özellikle endüstri, sağlık, kültür gibi alanlarda öne çıkan kentlerde bulunan bu tür oteller o kentte yapılan fuar, kongre, seminer gibi aktivitelere ev sahipliği yapabilecekleri gibi bu faaliyetlere katılan kimselerin konaklama gereksinimlerini de karşılayabilirler. Özellikle son dönemlerde ekonomisi hızlı gelişen bölgelerde bu tür otellere olan rağbet artmaktadır. Bu otellerin kapasiteleri 250 ila 2000 misafir arasında değişebilmektedir. Konuklarının konaklama hizmeti dışında farklı aktiviteler yapabilecekleri büyük ölçekli otellerdir.

Spor Otelleri: Özellikle kış sporları alanında faaliyet gösteren bu tür oteller. Kayak, doğa yürüyüşleri vb. aktiviteleri yapmaktan hoşlanan konuklarına hizmet verir-

ler. Kış turizmi bakımından önemli yere sahiptirler. Özellikle kış aylarında aktif olan bu tür işletmeler bulundukları doğa şartlarına ve müşterilerinin beklentilerine göre tasarlanırlar ve kendilerine özgü yapıları vardır.

Merkez Otelleri: Bu türde sınıflandırılan oteller özellikle batı ülkelerinde sıkça görülürler. Kişilere ait konutlar bir araya getirilerek otel yapısına dönüştürülürler. Yoğun olarak insani faaliyetlerin olduğu, sıkışık ve işlek şehirlerde görülen bu tür işletmeler oldukça yenidir.

Konsept Oteller: Bu tür oteller oldukça yeni ortaya çıkmaya başlamış konaklama tesislerindendir. Sezonluk veya tüm seneye yayılacak biçimde konuklarına hizmet veren bu işletmeler hem bir otelin sahip olduğu imkânları sunarken kendilerine has veya bölgelerine özgü temalara sahip olabilirler. Konuklar buralarda özel deneyimler elde etme şansına sahip olurlar. Hem bir yaşam tecrübesi hem de değişik anılar biriktirmek isteyen konuklar bu tür otelleri tercih edebilmektedir. Tasarımlarındaki farklılık bu otellerin ayırt edici yanlarını ortaya koymaktadır (Taner, 2013, s. 36).

2.1.3.4. Yapılarına göre sınıflandırma

Yapısal durumlarına bağlı olarak oteller alanyazın içerisinde farklı sınıflandırmalara tabi tutulmaktadır. Belirli kaynaklarda yapılarıyla farklılaşan oteller olarak değerlendirilirler. Örneğin belirli tarihi özelliklere sahip oteller, tarihi otellerdir. Yerel özelliklere sahip mimari yapıları kullanan oteller, ekolojik niteliklere sahip yapıları kullanan otel işletmeleri, yapı malzemeleri kullanımı bakımından farklı niteliklere sahip oteller olmak üzere değerlendirilebilirler. Bazı kaynaklarda ise süit yapıdaki oteller, rezidans oteller, süper lüks oteller, mega yapıdaki oteller, HIP (Higly Individual Places/Kişiyeye Özgü Mekânlar) sınıflarıyla değerlendirilmiştir (Taner, 2013, s. 47).

Süit Oteller: İçlerindeki odalar süit olarak tasarlanmış işletmelerdir. Yatak odasının yanında mutfak ve oturma odası bulunan otellerdir. Süitler tek birim üzerinden tasarlanmış olabildikleri gibi iki odadan müteşekkil de olabilirler. Yatak odası ve oturma odasının birbirinden paravan ile ayrılan süitlerden oluşan oteller de vardır.

Tarihi Oteller: Günümüzde kente merkezleri sürekli büyümekte ve kalabalıklaşmaktadır. Merkezlerde bulunan tarihi yapıların yenilenerek turizmin hizmetine sunulması sıklıkla görülmektedir. Eski tarihi yapılar ve konaklama alanları yenilendikten sonra farklı konseptlerde konukların kullanımına açılmaktadır. Yenilenen oteller modern

formları tarihi özelliklerle birleştirmektedir. Örneğin ülkemizde hizmet veren Çırağan Palas Oteli bu tür bir oteldir.

Rezidans Oteller: İlk örnekleri ABD (Amerika Birleşik Devletleri)' de açılmış olan bu tür oteller daha sonra dünya çapına yayılmışlardır. İş hayatının yoğun olduğu kentlerde var olan bir gereksinime dönük olan tasarlanmış oteller rezidans olarak konuklarına hizmet vermektedirler. Genellikle yüksek katlara sahip iş merkezlerinde hizmet sunan bu tür oteller ev yaşamında buldukları rahatı iş gezilerinde de arayan kimse- lere hitap etmektedirler.

Süper Lüks Oteller: Konukları bakımından çok lüks imkânları sunmayı hedef-leyen bu tür oteller belirli maddi imkânlarla sahip insanlara hitap eden bir hizmet sunar- lar. VIP (Very Important Person / Çok Önemli Kimse) olarak nitelendirdikleri konukla- rına hizmet sunan bu oteller beklentilerin ötesinde bir lüks sunarak farklılaşmayı hedef- lerler. İç ve dış mimari detayları ile göz alıcı yapılardır. Zengin ve nitelikli malzeme yapısı ile dikkat çekmeyi hedefler. Abartılı lüks imkânları ile kendi tesislerinin rekla- mını yaparlar. Dünyanın bu anlamda ünlü bölgelerinde zengin konukları için tatil, din- lenme ve eğlenme olanakları sunarlar.

Mega Oteller: Bu tür oteller içinde konferans salonları, spor alanları, resort otel olanakları gibi pek çok imkân barındıran yapılardır. Genellikle şehir kent merkezlerine uzak mesafelerde geniş alanlara yayılarak inşa edilen yapılardır. Oda sayıları binden fazla olabilen bu otellerin kendilerine özgü yapı tasarımları bulunabilir. Mega oteller, verdikleri hizmetin çeşitliliği ve zenginliğiyle otel misafirleri için caziptirler. Konuklara verilen bu hizmetler; konferans salonu, balo, davet salonları binicilik, restoran ve golf benzeri spor aktivite sahaları, çocuklar için su parkı ve çeşitli eğlence merkezleri olabi- lir (Taner, 2013, s. 41).

HIP Otelleri: Bu tür oteller kalite ve şıklık ile öne çıkarlar. Kendine özgü mekânlar olarak nitelendirilebilecek HIP oteller iş maksatlı aktiviteler için farklı seçe- nekler sunabilirler. Kongre turizmi ve iş amaçlı oteller arasında öne çıkan işletmelerdir. Kentlerde sıklıkla bulunan birbirine benzer otellerin arasında farklı bir seçenek sunmak arayışındaki bu oteller son dönemlerde gündeme gelmiştir. İç mekân tasarımlarıyla de- ğişik ve özel hissettirmeyi amaçlayan bu işletmeler alternatif oteller arasında sayılırlar (Taner, 2013, s. 41).

2.1.4. Otel işletmelerinin nitelikleri

Oteller, konaklama işletmeleri altında sınıflandırılırlar. Tüm konaklama işletmelerinde olduğu üzere, kişilerin konaklama, yeme-içme, eğlenme gereksinimlerini karşılayacak biçimde yapılandırılmış tesislerdir. İnsanların seyahatlerinde konaklamak için tesislere gereksinim duymaları ancak bu gereksinimin süreç içinde farklı yönlerde gelişmesi konaklama tesislerinde de değişimlere yol açmıştır. Konaklama tesisleri ve bunun içinde oldukça önemli bir yere sahip olan otel işletmeleri devletin belirlediği standartlarda faaliyet göstermektedir. Kişilerin konakladığı her yer konaklama tesisi ve her işletme otel vasfı kazanamaz. 2019 senesinde yayınlanmış “*Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe*” tebliğe göre genel özellikleri itibariye konaklama tesisinde bulunması gereken nitelikler şöyledir (Resmi Gazete, 2019);

Konaklama tesisinde bulunması gereken yatak odalarında rahatça konaklama imkânı verecek düzenlemeler yapılmalı banyo ve tuvalet ihtiyacını giderecek şekilde tasarlanmalıdır. Tek veya iki kişinin kalabileceği şekilde düzenlenebilecek odalarda ilave yatak müşteri talebi ile konumlandırılabilir. Tesisin odaları ülkemizdeki teknik normlara uygun biçimde; yatak, gece lambası ve genel aydınlatma, tuvalet masası ve aynası, elbise dolabı, oturma yeri, halı ve perde gibi tesisin türüne ve sınıfına uygun olan malzemelerle dekore edilir. Güvenlik maksadıyla müşteri yatak odası kapı arkalarında ayrıca sürgü tarzında ilave kilit sistemi yerleştirilir. Banyolarda küvet, duş teknesi gibi suyun yayılmasını önleyecek tedbirler alınır. Otellerde odaların tamamı süit olarak düzenlenebilir. Dört ve beş yıldızlı oteller ile butik oteller ve tatil köylerindeki süit tarzı odaların tamamında, bir, iki ve üç yıldızlı otellerdeyse apart üniteler haricinde kalan oda sayısının en fazla yüzde yirmi beşi oranında süit odada içecek yanında basit biçimde yeme gereksinimini giderebilecek biçimde kapsamlı olmayan mutfak ortamı düzenlenebilir. Aile odalarında banyo dışında; 10 m² metrekareye kadar odalar tek, daha geniş olanlarsa iki yataklı olacak şekilde düzenlenir. Bodrum katlarda yatak odası olamaz. Ancak, arazideki eğim sebebiyle zemin mevcut araziden aşağı olmayan ve kâfi biçimde doğal ışık alan odalar bu hükmün haricinde tutulur. Yatak odalarının pencereleri, tuvalet, mutfak, tarzı müşteriyi rahatsız edecek mahallerin bulunduğu aydınlığa doğru açılmaz. Aydınlığın dar kenarı 2 m, alanıysa 6 m² düşük olmamak kaydıyla toplam oda kapasitesinin % 20’sini geçmez biçimde aydınlığa bakan oda yapılabilir. Konaklama tesislerinde perso-

neller için ayrılan yerlerle alakalı olarak, yetkili kurumlarca sertifikalandırılmış, eğitimli personellerin çalıştırılması gereklidir. Tesisin kendine ait kuaför, spor salonu, sağlık ünitesi gibi bölümleri bulunması halinde buralarda yetkili personellerin çalışması gereklidir. Tesis çalışanları için kadınlar ve erkekler olarak ayrılmış tuvalet, giyinme odaları ve yemek yiyebilecekleri alanların olması gereklidir. Personel yatakhaneleri olması durumunda bu alanların havalandırma desteğine sahip yerler olmasına özen gösterilmelidir. Kişi başı 4 m² alan bulunması önem arz etmektedir. Otel işletmelerinde personel ünitesi olması mecburidir.

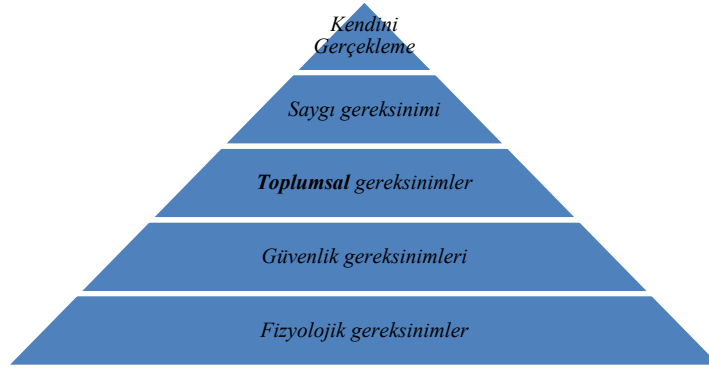
Engelliler için yapılması gereken düzenlemeler, 80'den fazla odası olan otellerde bedensel engellilerin kullanımına uygun olmak üzere en az bir oda, tuvalet ve ortak kullanım alanlarında düzenlemelerin olması gereklidir. Yapılan düzenlemelerin işaretlenmesi ve etiketlenmesi gerekir. Katlı otellerde asansörlerle alakalı 'da düzenlemelerde olmak durumundadır. Yönetmelikte bu konuda bulunmaktadır. Asansör kullanımı mecburi tesislerde, asansörün olduğu kattan alt ve üste doğru müşterinin inip çıkacağı kat; bir, iki ve üç yıldızlı oteller için en çok üç, dört yıldızlı oteller için en çok iki, beş yıldızlı oteller için ise en fazla bir olabilir. Böyle bir durumda bahsedilen katlar için asansör aranmadan müşteri merdiveni kullanımı özellikleri ve işlevleri dikkate alınarak onaylanabilir. Asansörlerde muhakkak bulunması gereken havalandırma özelliği ve alarm tertibatıdır (Resmi Gazete, 2019).

2.2. Otel İşletmelerinde Kullanıcı Beklentileri

Otel kavramı, insanların konaklama gereksinimlerini gidermek için var olan bir işletmeyi tanımlar. Bu taraflıyla oteller konuklarının gereksinimlerini giderirken aynı zamanda bir takım beklentilerini de karşılarılarsa başarılı ve sürdürülebilir işletme modelleri ortaya koyarlar. Rekabetin yoğun yaşandığı ticaret yaşamında işletmelerin sadece asgari beklentileri yani temel gereksinimleri karşılaması yeterli olmamaktadır. Bu durumda gereksinimlerin karşılanmasından önce farklı unsurların ele alınmasının değil bilakis gereksinimlerin öncelikli olarak giderildiği ancak ardından beklentilerin tümüyle karşılanmasının iyi bir deneyim ve işletme algısı yaratacağı hatırlanmalıdır. Müşteri beklentileri öncelikli olarak temel gereksinimlerin karşılanmasından geçer. Müşteriler bu anlamda insanı gereksinimlere sahiptirler ve gereksinimlerin kendi içinde bir hiyerarşi sahibi olduğu bilinmektedir. Bu konuda yapılan çalışmalar arasında Abraham Maslow'un gereksinimleri temelden yukarı sıraladığı ihtiyaçlar piramidi iyi bir sınıflama

yapar. 1943 senesinde Maslow tarafından ortaya atılan görüşe göre insanlar temel gereksinimleri karşılandıkça bir üst gereksinim grubuna dâhil olan ihtiyaçlara yönelirler ve bu bir piramidin tabanından tepesine doğru ilerleyecek biçimde sıralanırlar. Maslow’a göre belirli sınıflandırmada gereksinimler tümüyle karşılanmadığı durumda bir üst seviyedeki sınıfın gereksinimleri algılanamaz, böylelikle üst kategoriyle gereksinimler oluşmaz. Günlük yaşamda beslenme gereksinimini doyurabilen ama güvenlik gereksinimi karşılanmayan, kendisini tehdit içinde hisseden bir insanın, estetikle alakalı gereksinimlerin sağlanmasıyla alakalı tatminiyle alakalı bir davranışı veya beklenti oluşmaz. İnsanın var olan en temel gereksinimleri Maslow’a göre şöyle ifade edilir;

- *Fizyolojik gereksinimler:* Bu gereksinimler en temel insanı gereksinimleri kapsar yani; beslenme, hava, su, barınma, dinlenme, hareket, giyinme, üreme gibi gereksinimler olarak ifade edilirler.
- *Güvenlik gereksinimleri:* Kişilerin kendilerini korunma, kanun, hudutların belli olması, düzen ve istikrar, baskı, tehlikelerden arı olma, güven hissetme ve geleceğinden emin olabilme gereksinimini ifade eder.
- *Toplumsal gereksinimler:* İlk iki seviyedeki gereksinimleri tatmin edilmiş bireylerin bir gruba, bir yere ait olma, aile kurma, arkadaşlık, beraberlik, topluluk içine girme gibi etkileşim ile alakalı gereksinimleridir.
- *Saygı gereksinimi:* Maslow’a göre temel seviye gereksinimler karşılandıkça daha üst seviye gereksinimler ortaya çıkmakta ve ihtiyaçlar soyutlaşmaktadır. Kişiler başarı, unvan, sorumluluk, öz saygı ve öz beğeni, itibar ile kazandıkları bilgi ve yeteneklerin diğerlerince tanınması gibi beğenilme, saygı görme ile alakalı gereksinimlerini kapsar.
- *Kendini gerçekleştirme gereksinimi:* Kişiler ehemmiyetli bir iş başarabilme gibi, kişisel gelişim, kendini gerçekleştirme ile kendilerinde var olan yaratıcı kabiliyetlerinin kullanımı ile kişisel doyuma ulaşma gereksinimini ifade eder (Maslow, 1943, s. 370).



Şekil 2.4. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi (Maslow, 1943, s. 370)

İnsani gereksinimlerle alakalı kuram geliştirildiğinde beş ana kategoride gereksinimler belirlenmiş ancak zaman içerisinde değişen koşullar ve beklentiler ile birlikte bu sınıflandırmaya ek bazı gereksinimleri ortaya koyan çalışmalar yapılmıştır fizyolojik temel gereksinimlerle ait olma gereksinimi birlikte değerlendirilmektedir. Saygı gereksinimi ile kendini gerçekleştirme gereksinimleri arasında bilişsel ve estetik gereksinimler ortaya çıkmaktadır. Bu gereksinimler hemen hemen tüm insanlar bakımından geçerli olan olgulardır. Kullanıcıların sahip oldukları gereksinimler bulunulan yer ve zamana göre özelleşmiş gereksinimlerdir. Bu bağlamda tasarımda insan gereksinimleri; insanların fizyolojik, toplumsal ve psikolojik bakımdan sıkıntı yaşamadan hayatlarını idame ettirmelerini ve böylelikle faaliyetlerinde verimli olmalarını sağlayacak bütün çevre ve toplum şartları biçiminde tanımlarlar (Arcan & Evci, 1999, s. 72).

2.2.1. Konukların genel gereksinimleri

Otel tasarımları yapılırken özellikle iç tasarımlarda konuklar adına düşünülmesi gereken detaylar tanımlanmalı ve bunlar kişilerin memnun olmaları ve tatminleri için temel koşulları tesis etmelidir. Konukların gereksinimleri tasarım yapılırken dikkate alınmalıdır ancak bu kıstasların nesnel bir çerçeve üzerine oturtulması gereklidir. Konukların genel kullanım gereksinimleri nesnelleştirilmeden tasarım maksadına ulaşamaz ve etkin bir işlevsellik sağlanamaz. Kullanıcı ihtiyaçları çoklu faktörlerden etkilenirler zamana ve mekâna bağlı olarak değişkenlik gösterebilirler (Karakaş, 1999, s. 57).

Kişilerin gereksinimleri amaçlarına göre alan ve mekânlara bağlıdır. Konukların gereksinim duyduğu mekân gerçekleştirilecek eylemin özellikleri doğrultusunda belirlenmelidir. Mekânın nitelikleri de kullanan kimsenin gereksinimleri doğrultusunda belirlenmelidir. Bu konuyu daha detaylı değerlendirmek gerekirse mekân nitelikleri şu konulara bağlıdır;

- Mekânı kullanacak konuk sayısı,
- Kullanım işlevine bağlı olarak mekânın olması gereken genişliği,
- Mekânda var olan işlevsel alanların ve işlevlerinin nitelikleri,
- Mekândaki aktivitelerin nitelikleri,
- Mekâna dair donanımlar,
- Mekân aydınlatma ve havalandırma şartları,
- Mekân renk, biçim estetik nitelikler,
- İşitsel ve görsel mahremiyet,
- Toplum ve kültür çevresel niteliklerdir.

Bahsedilen gereksinimler hemen hemen tüm insanlar için geçerlidir. Tüm insanlar barınmadan, mahremiyete ve bir topluluğa ait olmaya gereksinim duyarlar. Konukların kullanıcı gereksinimleri kişisel tercihlere göre şekillenirken temel insani gereksinimler bunlardan bir miktar farklıdır. Tüm insanlarda var olan gereksinimlerdir. Kullanıcı sıfatı ile konukların gereksinimleri farklılıklar arz edebilirken temel insani gereksinimlerde ise böyle bir farklılık gözetilmez. Bir ürünü kullanacak olan kimselerin demografik nitelikleri o üründen beklentilerini şekillendiren bir yapıdadır. Kullanıcıların kişisel nitelikleri, geçmişleri, alışkanlıkları, kültürel yapıları gibi faktörlerden etkilenebilirler. Bir duruma dair kişilerin verdikleri farklı tepkilerin arkasında onların kişisel nitelikleri vardır. Kişisel nitelikler; cinsiyet, eğitim durumu, yaş, eğitim, aile durumu gibi pek çok etkene bağlı olarak şekillenirler. Hatta yaşanan toplum özellikleri, dil ve din bile bu konuda etki eden faktörler arasında sayılabilir. Bir ürünü, bir mekânı beğenirken veya tam tersi o ürün veya mekândan hoşlanmazken etkili olan işte bu kişisel niteliklerdir (Çakın, 1988, s. 32).

Oteller bizzat işletmeler olarak insanların bir takım gereksinimleri dolayısıyla ortaya çıkmış ve süreç içinde buna göre şekillenmiş yapılardır. Ticari oteller, iş insanları ve çalışanlara hizmet verirken, ikametgâh olarak kullanılan oteller uzun süreli konaklamalara, lüks oteller bütçesi olan ve harcamak isteyen kimselere, tatil otelleri dinlenmek arzusundaki kişilere hizmet etmektedir. Bu grupların her birinde konaklayacak misafirler bu mekânların kullanıcıları olacaktır ve kendilerine göre farklı gereksinimleri olacaktır ancak bu aşamada bahsedilen gereksinimler temel ihtiyaçlara tekabül etmediği

için tercih olarak da algılanabilir. Bunun yanında tüm konukların işletmelerden beledikleri temel bazı gereksinimler vardır bu gereksinimler ise insani ortak gereksinimlerdir. Bu gereksinimleri en uygun biçimde karşılamak ise otel işletmesinin temelde sağlaması gereken standart çizgiyi belirlemektedir. Otel işletmelerinin temel fonksiyonlarını sıralarken kullandığımız konaklama, yeme-içme, kısmi olarak eğlence ve belirli fiziksel ve sosyal gereksinimler temel gereksinimler olarak karşımıza çıkar. Konaklama gereksinimini uygun bir biçimde karşılamayan bir otel işletmesinden bahsetmek mümkün olmaz. Konaklama bir otel işletmesinin en temel fonksiyonudur. Konukların temiz ve uygun ısıtılmış, su ve kişisel ihtiyaçlara hizmet verecek banyo gibi imkânların bulunması her otel işletmesinde koşulsuz olarak sağlanması gereken hizmetlerdir. Bu hizmetlerin kalitesi otel işletmesinin tercih edilebilirliğini belirlerken asli hizmetlerde ortaya çıkabilecek bir aksama kesin olarak işletmenin ciddi sorunu olarak ortaya çıkacaktır. Günümüzde gelişen rekabet ortamında temel müşteri gereksinimlerinin karşılanması gerek şart olarak önümüzde dururken işletmelerin yoluna devam etmesi için eter şart değildir. Geçmişte temiz bir yatak ve nispeten sıcak bir oda konukların gereksinimini karşılarken bugün daha ileri düzeyde gereksinimler standart kabul edilmektedir. Bir konuk saygın hissetmediği bir ortamda konaklamak ve bu konaklama hizmeti karşılığında bedel ödemek istememektedir. Temel insani gereksinimler aynı kalmakla beraber günümüzde daha üst seviyede gereksinim seviyelerini hedeflemek elzem hale gelmiştir (Bayram, 2018, s. 352).

2.2.2. Konukların kullanıcı olarak gereksinimleri

Kullanıcıların gereksinimlerinin kavramsallaştırılması kolay değildir. İnsani gereksinimlerden farklı bir noktaya konumlanması kişilerin değişken niteliklerinden etkilenmesine bağlıdır. Gereksinimleri bu anlamda somutlaştıran unsur davranışlar olmaktadır. İnsani davranışlar temel gereksinimlerin giderilmesine odaklanmıştır. İnsani gereksinimler olarak öncelikle barınacak bir yer ve sonrasında karnımızı doyurmayı düşünürüz. Kullanıcıların yani otel müşterileri gibi ürün veya mekân kullanıcılarının gereksinimlerini anlamak için ise davranışların oluşma zemini bilinmek durumundadır. İnsan davranışları kişilerin içinde bulundukları duruma bağlı olarak geliştirdiği tutumlara verilen addır. Davranışlar yerine göre kişisel veya toplumsal olarak ortaya çıkabilmektedir. Tabiatı gereği davranışlar bir amaca matuf olarak ortaya çıkarlar. Tekil veya ardışık eylemler biçiminde de görülebilen davranışlar planlı olarak da geliştirilebilir.

Temel seviyedeki insani gereksinimlerimizden daha karmaşık ve kişisel yaklaşımlara kadar geniş bir yelpazede yer alan gereksinim ve davranışlar kullanıcı gereksinimlerini anlamak için gerekli bir unsurdur. Kişilerin psikolojik ve bunun yanında sosyolojik durumları davranışları ve gereksinimlerini belirlerken dikkate alınması gereken unsurlardır. Kişisel gereksinimler bir noktada tercihlerle de bağlantılı görülebilir. Kişisel gereksinimler insani temel ihtiyaçlar olmamakla beraber keyfe keder tercihler kadar hafif neticeler doğurmazlar. Kişilerin şekillenen algıları davranışlarını etkilerken tam tersi bir döngü de söz konusu olabilir. Algılar ve davranışlar arasında bir döngü söz konusudur. İnsanlar aslında var oldukları çevrelerinin bir fonksiyonudur. Çevreden aldıkları ile kendilerini şekillendirirler. Kişisel faktörler, kişilerin kendi özlerinde sahip oldukları tabi faktörleri kapsarlar. Bu faktörler fikir yapısı, bilgi ve hislere bağlı isteklendirme kişisel tutumları ve kişisel nitelikleri kapsamaktadır. Bu niteliklerin ardından diğer tabi koşullar etkili olurlar bunlar çevresel koşullardır. Sosyo-kültürel etmenler bu sınıfta yer alırlar. Toplumsal beklentiler, kişinin üstlendiği sosyal roller bu kapsamda değerlendirilirler (Altman, 1975, s. 252).

Davranışların ortaya konulduğu yerler, mekânlar vardır. Mekânlar davranışları belirleyici etki yaparlar. Bir mekânın tasarım çizgisi davranış bakımından bir kısıtlama ya da olanak barındırmaktadır. Mekân tasarımları yapılırken kullanıcıların gereksinimleri de dikkate alınarak sadece bir korunaklı alan değil aynı zamanda davranışları yönlendirme yeteneğine sahip alanlar ortaya çıkarılmalıdır. Alan, mekân tasarımları yapılırken güdülemeler ve algılar dikkate alınarak bir süreç izlenmesi gerekir. Fiziksel çevre veya farklı bir deyimle mimari yapı çevresine dair var olan şartlar canlı ve cansız varlık ve nesneler arasındaki dengeyi hedeflenen ara çevredir. Bu manada yapısal çevre olarak nitelendirilen alan bireylerin davranışı yönlendiren, hangi şartlar altında ve nasıl meydana geleceğini belirleyen fiziksel ortamı oluşturur. Bu açıdan bakıldığında tasarımın, kullanıcı gereksinim ve davranışlarının giderilmesi maksadıyla bina edilen fiziki çevrenin imkânlarının ve tasarım-gereksinim-davranış alakasının sağlıklı değerlendirilmesi gereği açıkça ifade edilmektedir. Mekân tasarımlarının geçmişine bakıldığında tasarımların gerekleri dönemselsel olarak farklılıklar arz etmektedir. Örneğin 1950’li yıllardan 1960’ların ilk dönemlerine kadar geçen süreçte genellikle tasarımcının; tasarımın ilk kistası form, estetik ve güzellik olgularının oldukça ön planda tutulmasına taraftar olmadıkları görülmektedir. Kullanıcılar mekân gereksinimlerini karşılarken en mühim etkenin memnuniyetsizlik fikri olduğunu, hatta soyut güzellik ile tasarımdan daha

ehemmiyetli olduğu fikrini ileri sürmüşlerdir. Bu yaklaşıma göre tasarımcılar, çalıştıkları mekânda kullanıcıları ve gereksinimlerini vurgulamışlardır. Bu sürecin ardından tasarımcılar tahmin edilebilen gereksinim ve taleplere yönelerek kendilerini ifade etmişlerdir (Altman, 1975, s. 256).

Kullanıcıların beğenisi ile sürdürülebilir bir yapı kazanacak olan işletmeler bu anlamda mekân tasarımında gereksinimlere dönük servisleri verirken kişileri ne psikolojik ne de fizyolojik manada rahatsız etmeyecek yapıları ortaya koymalıdır. Konfor şartları adı verilen bu koşullar bireylerin davranışlarını bahsedilen rahatsızlıklardan azade gerçekleştirebilecekleri fiziki çevreyi yaratmakla sorumludurlar. Bu koşullar en uygun tasarlanmış koşullardır. Konfor şartlarının sağlanmasında değişkenlerden biri insani boyuttur. Fiziksel mekân ile olan etkileşiminden davranış sistematiğini ortaya çıkarmaktadır. Bu durum davranış sistematiğini ortaya çıkaran tek etmenin insani boyut olduğu manasına gelmez burada söz konusu olan çok boyutlu bir yapıdır. Sosyal ve ekonomik şartlardan tutun kültürel ve fizyolojik değişkenlere kadar etki eden çok unsur vardır. Bu konuyu ve etkili olan değişkenleri anlamak bakımından aşağıdaki tablo faydalı olabilir (Arcan & Evcı, 1999, s. 77).

Tablo 2.2. *İnsani Boyut, Çevre Şartları ve Davranış Sistemi Unsurları* (Arcan & Evcı, 1999, s. 78)

İNSANİ BOYUT		ÇEVRE ŞARTLARI		DAVRANIŞ SİSTEMİ	
Fiziki Boyutlar	Statik Boyutlar Dinamik Boyutlar	Sıcaklık	Ortam ısısı	Sosyal Ekonomik Kültürel Sistemler	Dünya Görüşü Değer ve Tutumlar
Duyusal Boyutlar	Görme İşitme Koklama Tatma Dokunma	Atmosferik Şartlar	Nem oranı Hava hareketi	Fizyolojik Sistemler	Statik/Dinamik Fiziki ve Duyusal Boyutlar
		Aydınlatma	Işık düzeyi, miktarı kaynağı vs.	Algı ve Biliş Sistemleri	Statü/Prestij Benlik Zevk/Anlam Yaşam Şekli
		İşitsel Şartlar	Ses düzeyi, şiddeti, kaynağı vs.		
Algı ve Zihin Boyutu		Nem	Canlı ve cansız varlıklar	Toplumsal Yapı	Rol, Grupların Özelliği

Konukların temel insani gereksinimlerinin ötesinde kullanıcı olarak mekâna dair gereksinimleri insani boyut, çevre sistemi ve davranış sisteminin bir bütünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Otel işletmelerinin konukları insanlardır. İnsanların ise iki temel boyutta değerlendirilmesi uygun olur. Bu boyutlardan birincisi fiziki boyuttur diğeri ise

psikolojik ve sosyal boyuttur. Konukların kullanım gereksinimlerini değerlendirirken işte bu iki boyut üzerinden detaylandırmak konunun anlaşılması bakımından yarar sağlayacaktır (Arcan & Evci, 1999, s. 79).

2.2.2.1 Konukların fiziksel gereksinimleri

Otel işletmelerinde konaklayan misafirlerin fiziki gereksinimleri onların kalışları esnasında gereksinim duydukları işlevsel şartlar olarak nitelendirilebilir. Bu gereksinimler şöyle sıralanabilir;

- *Mekâna dayalı gereksinimler:* Mekânın içinde bulunan kimsenin statik ve dinamik boyutları ile bu özellikleriyle yaptıkları eylemler ve bunların yapılış şekilleridir.
- *İşitsel gereksinimler:* Bir mekânda bulunan ses düzeyinin insan rahatını bozmayacak seviyede olması ve sesin yansıması ile dağılmasıyla alakalı nitelikleridir.
- *Görsel gereksinimler:* Konukların misafir oldukları mekânlarda insan sağlığı ve rahatı bakımından uygun koşullarda ışık şiddetine maruz kalmaları ile alakalıdır.
- *Sağlık gereksinimleri:* Konaklanan yerin içinde temiz içme veya kullanım suyu bulunması, çöplerin ve atıkların uzaklaştırılması, sağlık açısından risk teşkil edebilecek mikropların ve zararlıların yok edilmesi gerekmektedir.
- *Güvenlik gereksinimleri:* Konaklama yapılan mekânın sağlam ve güvenli olması. Dış etkenlere ve güvenlik tehdidi yaratacak durumlara karşı koruma sağlaması gerekmektedir.

Uygun bir konaklama hizmeti alabilmeleri için konukların otel işletmelerinde yukarıda sayılan fiziksel şartlardan yararlanabilmeleri gerekmektedir. Bu şartlardan bir veya birkaçının eksik olması durumunda konuklar bakımından fiziksel şartlar sağlanamamış olur ve sağlıklı, tatmin edici bir konaklama eyleminden bahsedilemez.

2.2.2.2. Konukların psikolojik gereksinimleri

Otellerde konaklayanların fiziksel gereksinimlerini tanımlamak ve ölçümlemek nispeten daha kolay olmakla beraber psikolojik gereksinim ve beklentileri tanımlamak

kolay değildir. Psikolojik beklentileri gereksinim olarak tanımlarken tüm insanlar için ortak olan psikolojik beklentilerden bahsetmek gerekir. Bir gereksinim grubuna ait eylem gerçekleştirilirken bir psikolojik engelin oluşmaması için gereksinim duyulan ortam şartlarının sağlanması lazımdır. Bu psikolojik gereksinimlerin sınıflandırılması şöyle yapılabilir;

Mahremiyet gereksinimi: Farklı tanımlamalar yapılabilmeyle beraber mahremiyet bir kişinin kendisine ulaşılma çabası üzerinde seçici kontrol sahibi olmasıdır. Bireysel özerklik ile alakalı bir tanımlama olan mahremiyet diğer unsurlar olarak da sınırlı ve korumalı iletişimi içermektedir. Mahremiyet olgusunu irdelerken kültürel arka planların bu kavramı derinden etkilediği tespit edilmiştir. Bazı kültürlere dair yaşam şekilleri belirli alanlarda mahremiyeti göz ardı edebilir. Bu durum söz konusu olmasına rağmen tüm kültürlerde ortak gözlemlenen olgu sosyal ilişkiler ağının yönetilmesi adına davranış sistemlerinin var olduğudur (Altman, 1975, s. 12).

- *Davranışsal gereksinimler:* Hayatlarını sürdürmek maksadıyla insanlar bulundukları ortamın imkânlarını kullanmak ve algılamak için çevre düzeninin belirli kurguda olması lazımdır. Kişinin bireysel alanını belirleyen bir sahip- lenme davranış olgusu vardır. Kişi bakımından 4 farklı sıralı alan ölçüsü vardır. Bunlar;
- *Yakın çevresini tanımlayan alan:* 50 cm'ye kadar olan alanı belirleyen bir ölçüdür. Bireylerin el sıkışma, kucaklaşma, dans etme ve oturma gibi eylemleri yaparken ulaştıkları alanı temsil eder.
- *Bireysel alan:* 120 cm'ye kadar olan kişisel iletişimi kurdukları çevreyi temsil eder. Çalışırken, yemek yerken bu mesafe dâhilinde eylemlerde bulunuruz.
- *Toplumsal alan:* 3,5 metreye kadar olan alanı temsil eder. Bu alan içerisinde topluluk ile olan etkileşim eylemleri yer alır. Toplantılar ve topluluk yemekleri bu kapsamda yer alır.
- *Kamusal alan:* 3,5 metreden ötede olan alanı tanımlayan bir kavram olarak değerlendirilir.

Bu alanlar kişiler bakımından mahremiyet sahalarını tanımlayan niteliğe sahiptir. Egemen oldukları alanı savunmak psikolojik ve sosyolojik bir olgudur. Kültür ve

yaşam şartlarına bağlı olarak mesafeler değişiklik göstermekle birlikte benzer davranış biçimleri sergilenir. Kişisel alanına giren bir yabancıyı savuşturma çabası bu davranış kalıbıyla alakalıdır. Mahremiyet gereksiniminin dışında estetik gereksinimler de vardır. İnsanlar mekânların algılanış biçimleri, renkleri ve doku nitelikleriyle alakalı tepkiler oluştururlar. Estetik gereksinimlerden farklı olarak toplumsal gereksinimler de sosyal ilişkilerle ve toplumsal yapı ile ilgili gereksinimlerdir. Aşağıdaki tablo'da gereksinimler ve onları sağlamak adına gereken sosyal ve fiziki mekanizmalar görülebilir.

Tablo 2.3. *İnsan Gereksinimleri ve Sağlanmaları Adına Gerekten Sosyo-Fiziki Mekanizmalar* (Lang, 1987, s. 73)

Gereksinimler	Kaygılar	Sosyo-fiziki Mekanizma
Fizyonomi	Barınma, güvenlik, görev, faydalılık	Hizmete erişim, barınak
Emniyet	Toplumsal ilişki	Hizmete erişim, barınak, mahremiyet, korunur alan, uyum
Ait olma	Toplumsal İlişki Sembolik Tanımlar	Hizmete erişim, sembolik estetik, ortak ayar
Saygınlık	Memnun olma, büyütme	Bireyselleştirme, gelişim olanaklarına erişim, kontrol
Gerçekleştirme	Memnun olma, büyütme	Seçim, gelişim olanaklarına erişim, kontrol
Kavramsal estetik	Memnun olma, büyütme	Gelişim olanaklarına erişim, şekilsel estetik

Beklentiler esas olarak insani gereksinimlerden ortaya çıkarlar. Gereksinimler topluluğu tasarım bakımından en ehemmiyetli girdileri sağlar. Bir ürünün ki bu ürün bir mekân da olabilir on alanı kullanacak kimselerin öncelikler fizyonomi ardından da psikolojik gereksinimlerini karşılaması gerekir. Bu gereksinimler karşılanmadan bir mekânın estetik kaygılar ile tasarlanması kullanıcıların temel beklentilerinin karşılanmasını mümkün kılmaz. Bu noktada devreye fiziki gereksinimlerin ne olduğu gelebilir. Fiziki gereksinimler öncelikle fizyonomi ile ilgili insani gereksinimlerdir. Gereksinimlerin davranışsal karşılıkları vardır. Gereksinimler dolayısıyla kullanıcılar bir takım davranışlar gerçekleştirmekte ve bunları mekân içerisinde uygun, sağlıklı şekilde giderebilmelidir. Bahsedilen gereksinimler tasarım süreçlerine yansımaktadır. İlk planda dikkate alınması gereken gereksinimlerdir. Diğer tasarım öğeleri öncelikle buradan yola çıkarak düşünülür. Maslow tarafından hazırlanan gereksinimler hiyerarşisinden yola

çıkarak her gereksinime dair tasarım problemleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu problemler gereksinimlerin neticesinde ortaya çıkan durumlar ile alakalıdır. Her gereksinimin ardışık olarak ortaya çıkardığı edimler için bazı mekânsal özelliklere ihtiyaç vardır. Fizyonomik gereksinimlere ait barınma gereksinimi, güvende olma ve görevsel fayda birer tasarım unsuru olarak tespit edilirken buna benzer biçimde psiko-sosyal gereksinimler ait olma hissi ve toplumsal ilişki temelinde tasarım sürecini etkileyecek unsurlar biçiminde tanımlanmıştır (Lang, 1987, s. 54).

Tasarım süreçlerinin fizyonomi ve psikolojik bağlamlarını irdeleyen bu yaklaşımın ardından sosyo fiziksel mekanizmaları tasarım konusunun üzerinden kendi bağlamında tekrar yorumlanmıştır. Fizyonomik gereksinimlerle alakalı olarak barınma ve erişebilirlik tasarım unsuru olarak belirlenmiştir. Bu bahsin karşılığı sürekli veya geçici barınma olabilir. Konutlar sürekli barınma gereksinimini karşılarken, otel gibi yapılar ise geçici barınma, konaklama gereksinimini karşılamaktadır. Her iki durumda da belirli özellikleri kullanıcılara sunma kabiliyetine sahip yapılara gereksinim duyulur. Temel fiziki gereksinimler karşılandıktan sonra daha üst seviye olarak nitelendirilebilecek gereksinimler ortaya çıkacaktır. Fiziksel gereksinimler en temelde olmakla beraber bunun yanında psiko-sosyal gereksinimlerle alakalı olarak itibar ve özdeşleşme kimlik ve aidiyet ile tanımlanmaktadır. Bu karşılıkları daha düzenli görebilmek bakımından aşağıdaki tablo faydalı olabilir (Düzgün, 2003, s. 7).

Tablo 2.4. Maslow'un Temel İnsani Gereksinimlerin Tasarıma Yansımaları (Düzgün, 2003, s. 10)

Maslow'un Temel Gereksinimleri	Sosyo-Psikolojik Tasarım Unsurları
Fizyonomik	Barınak Olanak Erişebilirlik
Güvenlik	Gizlilik Kalabalıktan arınma Alan Kolay yönelme
Sosyal ihtiyaçlar	Ortak iletişim sahaları Simgesel estetik değerlerin dışa aktarımı Katılma
İtibar (Saygınlık)	Özdeşleşme
Yetenekleri geliştirme	Gelişme, Geliştirmeye olanak tanıma Olanak özgürlüğü
Duygu-Estetik	Dışavurum Biçim estetiği

Bir konaklama işletmesinde belirli kullanıcıların kullanımına dair planlama yapılırken yapı tasarımı kullanıcı gereksinimlerine göre hazırlanmalıdır. Bu maksatla gereksinimlerin tespit edilmesi ve değerlendirilmesi önemlidir. Otel işletmelerinde ilk olarak kullanıcı ile etkileşime girecek alanların saptanarak işlevsel unsurların tespit edilmesi lazım gelir. İşlev bakımından otel işletmeleri organizasyona dair hizmet sahaları, kullanıcıya hizmet eden alanlar toplamı olarak 2 esas bölümden oluşur. Bu ayrıma göre işletmenin yönetsel birimleri ve kullanıcı birimleri olmak durumundadır. Buradan yola çıkarak mekân dağılımı kullanıcıya ait ve işletmeye ait mekânlar olarak değerlendirilebilir. Yönetsel alanların içerisinde yönetim ekibinin çalışma alanları, yöneticilerin büroları, ilgili diğer ofisler otel işletmesinin işlevsel hizmetlerinin görüleceği alanlar mutfak, çamaşırhane gibi bölümler, teknik birimlerin atölyeleri yer alırken kullanıcıların alanları ise konukların etkileşimde olacakları lobi, eğlenme ve dinlenme bölümleri, yemek yenilen salonlar ve diğer hizmet salonları, toplantı salonları gibi mekânlardır. Aşağıdaki tabloda bahsedilen bu alanların yönetsel ve kullanıcı birimleri olarak ayrılmış ifadesini görmek mümkündür. Bu alanların tasarımı otelin büyüklüğü ve alanların işlevselliğine göre değişiklik arz edebilir (Demirtaş, 2010, s. 71).

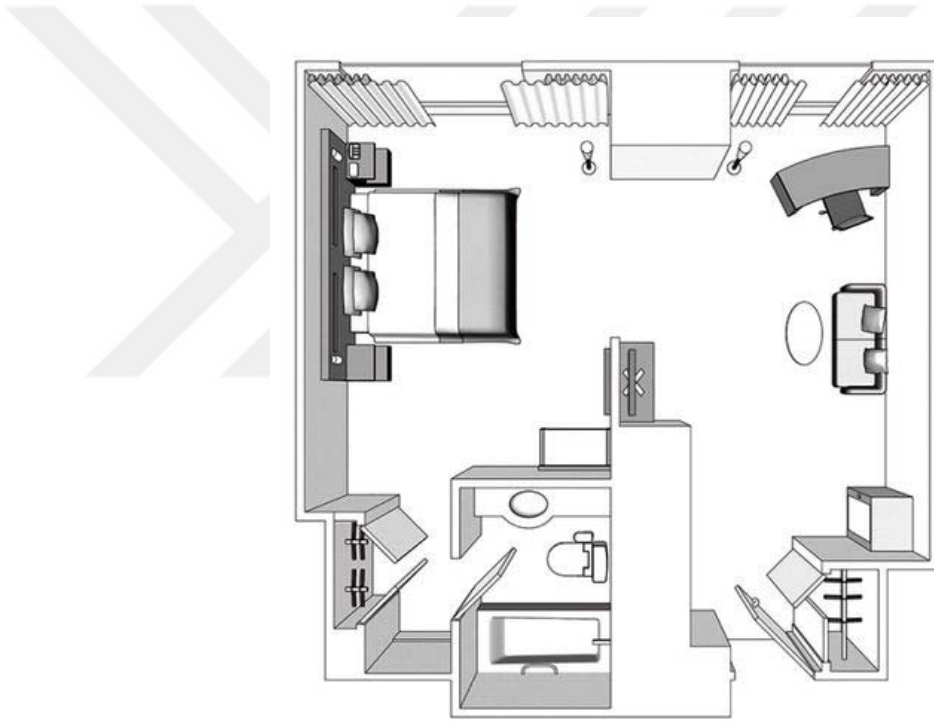
Tablo 2.5. *Otellerde Organizasyon ve Kullanıcı Birimleri (Yazarın kendi çizimi)*

Yönetsel Birimler	Kullanıcı Birimleri
Bürolar	Lobi
Mutfak Alanı	Eğlence ve Dinlenme Alanları
Çamaşırhane	Yemek Alanı
Personel Odaları	Toplantı Salonları
Teknik Servis Alanı	Spor ve Kişisel Aktiviteler

Otel işletmelerinde konukların sahip olduğu temel insani gereksinimlerden barınma, dinlenme, temizlenme gibi hizmetlere ulaşım odalarda sağlanırken yine aynı biçimde kullanıcı gereksinimleri olan yemek, sosyalleşme ve eğlence gibi faaliyetler ortak alanlarda sağlanırlar. Buna göre temel insani gereksinimlerin büyük bölümünün karşılandığı standart bir otel odasının kesitine bakarak alanların fonksiyonları üzerinden irdeleme yapmak faydalı olabilecektir. Aşağıda bu maksatla yerleştirilmiş bir otel işletmesi odası bulunmaktadır (Düzgün, 2003, s. 8).

Bu örnekte odanın temel işlevi itibarı ile 2 kişiye hizmet vermek üzere tasarla-

dığı görülmektedir. Odanın büyüklüğü hizmet vereceği konuk sayısı üzerinden belirlenmektedir. İşlev gören alanlar ve bunlara dair işlevler odada konaklama ve barınma, dinlenme ve temizlik işlerini gerçekleştirecek biçimde kurgulanmıştır. Odanın tasarımı işlevlerin bir arada olmasına rağmen farklı mekân özellikleri ile ayrılarak çözülmesini imkânlı kılmıştır. Mekân tasarımında kullanılan donatılar planlanan eylemlere uygun tasarlanmış ve hazırlanmıştır. Yatak, komodin, koltuk, buzdolabı, giyisi dolabı, makyaj veya çalışma masası ve banyo, tuvalet alanı olarak planlanmış işlevlere uygun unsurlar vardır. Aydınlatma ve havalandırma ile alakalı olarak banyo kısmında havalandırma bacaları konumlandırılabilirken yatma alanında doğal havalandırmanın yanında iklimlendirme cihazları da kullanılabilir (Demirtaş, 2010, s. 55).



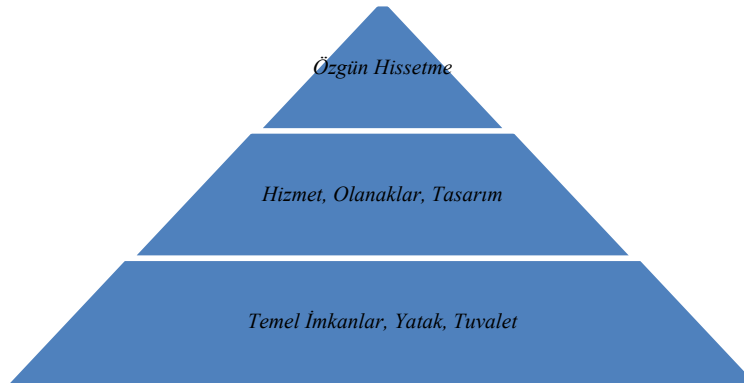
Şekil 2.5. Bir Otel Odası ve İşlevsel Bölümleri (Demirtaş, 2010, s. 56)

İnsani gereksinimlere bakılınca ilk seviyede psikolojik gereksinim olarak güvenlik ve ait olma, mahremiyet gereksiniminin geliştiği bilinmektedir. Otel işletmesinde oda tasarımı yapılırken bu temel gereksinimler dikkate alınmalıdır. Psikolojik gereksinimleri irdelediğimizde bunların mekân kişiliği ile birlikte geliştiği görülür. Mekânın yapısı gereksinimlerin tetikleyicisi veya tamamlayıcısı olabilir. Kişinin konut olarak kullandığı evindeki aidiyet ve mahremiyet hissi tabi olarak otel odasındaki ile aynı olmayacaktır. Sahiplenme duygusu adına da benzer bir şeyi söylemek mümkün olabilir.

Geçici konaklama amacıyla kullanılan otel odalarında sahiplenme duygusunun bir konut kadar olması zaten beklenmez. Kullanılan oda temelinde sahiplenme duygusu konuk açısından geçici bir seviyede ortaya çıkacaktır. Beklenen bununla sınırlıdır.

2.2.5. Konukların kullanıcı tercihleri

Otel işletmeleri özelinde bakıldığı zaman konukların beklentileri tercihlerini yönlendiren unsurdur. Bir kişinin beklentileriyle uyuşma derecesine bağlı olarak tercihleri şekillenir. Bir olgunun olma olasılığına dair varsayımlar beklentiyi oluştururken çevremizi bu beklentiler doğrultusunda algılar ve tercihlerimizi o yönde kullanırız. Bir kullanıcı hizmetten ne alacağını bilirse bu onun beklentisini tanımlar ve buna uyum sağlanması tercihi şekillendirir. Günümüzde otel işletmelerinde konaklayanlar geçmişe göre farklı yaşam düzeylerine sahip ve günden güne gereksinim ve talepleri farklılaşan bir kitledir. Oteller benzer işletmelerde olduğu üzere konuklarının değişen ve farklılaşan isteklerini karşılamak adına yalnızca kısa süreli barınma gereksinimini gidermekten öte farklı deneyimler sunmayı amaçlamaktadır. İşletmelerin bunu sağlamaları tüketicileri tanımak durumundadır. Müşterileri kendilerine çekmekten önce konuklarını tanıyarak gereksinimlerini ve beklentilerini anlamaları gereklidir. Bir otel konuğunun otel işletmesinde konaklarken genel beklentileri aşağıdaki şekilde gösterildiği gibi hizalanmaktadır (Arcan & Evcı, 1999, s. 74).



Şekil 2.6. Konukların Genel Beklentileri (Yazarın Kendi Çizimi)

Otel işletmeleri rekabette öne çıkmak ve sürdürülebilir bir büyüme sağlamak istediklerinde konuklarına tekrar tercih edilmelerini sağlayacak farklı deneyimler yaratmak durumundadırlar. Sadece fiyat avantajı sunarak tercih edilir olmak kolay değildir. Belirli bir standart hizmet seviyesinin sağlanmasının yanında kişiselleştirilmiş deneyimleri ne derece etkin sunan bir işletme söz konusu ise konukları tarafından daha

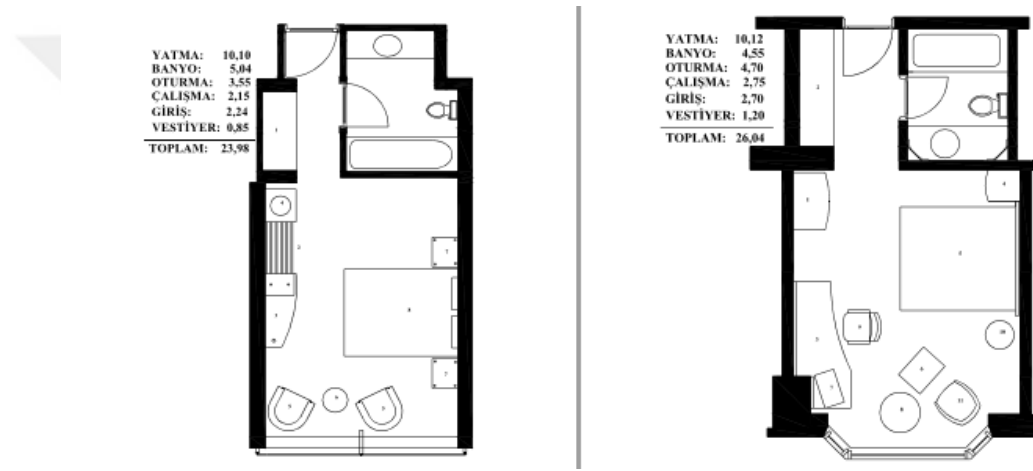
çok tercih edilmesi imkân dâhilinde olacaktır. Artık hemen hemen tüm otel işletmelerince sunulan temel teknolojik donanımlar ve yenilenmiş eşyalar gibi unsurlar önem arz etmekle beraber konukların duyularına ve hislerine hitap etmeyi başaran üst seviye etkenler de devreye girmektedir. İnsanların sahip oldukları temel duyulara hitap eden deneyimleri sunmayı başaran işletmeler tercih edilmektedir. Bu noktada kullanıcıların tercihleri ile uyum sağlamak önem arz etmektedir. Tasarım yapılırken dikkate alınan fiziki unsurlar doku uyarıları verirken, hoş kokan bir ortam koku duyusuna hitap etmekte, aydınlatma, dekorasyon öğeleri görsel uyarı oluştururken, dinlendirici ve rahatlatıcı bir müzik duysal bir uyarı olarak değerlendirilmektedir. Farklı ve güzel lezzetler tatma olanağı olan konukların tat duyusu uyarılmaktadır. Bir otel işletmesinde konukların tercihleri tasarımı etkilerken sunulan hizmetin kalitesi ve genel fiziki imkânlar da bu tercihler üzerinde etkin olmaktadır (Arcan & Evci, 1999, s. 74).

2.3. Otel Tasarımında Mekân ve Unsurları

Konu hakkında yapılan çalışmaların çoğunda otel işletmeleri gibi ticari mekânların mimari niteliklerinin ve çevre faktörlerinin kullanıcıların algılarına hitap etmeleri gerektiği ifade edilmiştir. Çevresel faktörler tercihleri belirlerken aynı zamanda bu tercihler tasarımlara yansıtılmaktadır. Çevre faktörlerini oluşturan boyutlar öncelikli olarak ortam öğeleri, yani ısı, gürültü koku, müzik ve aydınlatma tasarıma dair faktörler renk, tasarım öğeleri, malzemeler ve dokularıyla yerleşim düzeniyken sosyal öğeleri oluşturan faktörler yani müşteriler ile personeller olmaktadır. Üç grup bünyesinde toparlanan bütün öğeler karar süreçlerini etkileyebilecek durumdadır. Bugüne kadar yapılan çalışmalarda, mimari tasarım unsurlarının konuklar bakımından duygu ve algılar üzerinde oldukça kuvvetli olumlu pozitif bir etkisi ortadayken, iç mekân tasarımının bu derecede ehemmiyet arz etmediği neticesi alınmıştır. Diğer yandan, mimari tasarım unsurlarının konaklama arzusunda kalma isteği bakımından ehemmiyetli bir etkisi olmamakla birlikte iç mekân tasarım özelliklerinin konaklama arzusu üzerinde kuvvetli bir olumlu etkiye sahip olduğu tespiti vardır. Bunun yanında, yerleşim planı ve müzik heyecan hissetme ve konaklama arzusu üzerinde önemli olumlu etki gösterdiği belirlenmiştir. Başka çalışmalarda mimari mekân boyut ve biçimselliği yanı sıra iç mekânda bulunan donatı unsurlarının dekorasyonun karakteristik niteliklerinin de ehemmiyetli olduğunu ifade etmiş ve gerek biçimsel kurguda gerekse detaylarında tasarımın unsurunun oldukça ehemmiyetli olduğunu vurgulamışlardır. İç mekân tasarımı yapılırken imaj, stil, konfor

ve ortam unsurlarının çok önemli olduğu ifade edilmiştir (Yıldırım, Akalın, & Çağatay, 2008, s. 176).

Aşağıda bahsedilen kıstaslarda değerlendirmeleri içeren bir çalışmanın etkisi değerlendirilmiştir. İki farklı tipte yatak odası planı verilmektedir bu planlar incelendiğinde iç alanlarının büyüklükleri kıyaslandığında birinci oda yaklaşık olarak 24 m² dir. İkinci oda ise biraz daha büyük ve yaklaşık 26 m² dir. Oda biçimlerine bakıldığında birinci oda odanın girişinde vestiyerin planı ve konumu değişmektedir. Banyo konumlanış biçimleri iç tasarımda bir miktar farklıdır (Yıldırım, Akalın, & Çağatay, 2008, s. 177).



Şekil 2.7. İki Farklı Otel Odası Kesiti (Yıldırım, Akalın, & Çağatay, 2008, s. 178)

Odaların iç mekâna dair görünüşleri, mimari yaklaşım, renk, doku, kullanılan malzeme gibi ferahlık algısını etkileyerek mekân kullanımını konukların algısal tavırlarını etkileyerek iş görürler. Mimari unsurlar boyut ve tasarım ile alakalıdır. Solda görülen kesitin ait olduğu odaya bakıldığında burada kullanılan mobilyaların boyutlarının daha küçük olması mekânın genişlik ve hacim algısını artırmakta ve daha ferah hissedilmesini sağlamaktadır. Sol tarafta yer alan odada kullanılan eşya renklerinin soğuk olması tercih bakımından avantaj teşkil etmektedir. Konuya dair yapılan bazı çalışmalar soğuk renklerin konuklar bakımından daha tercih edilebilir olduklarını göstermektedir. Örneğin mavi renk tercih bakımından kırmızının önünde gelmektedir. Tercihler irdelendiği zaman demografik özelliklerden etkilendiği görülmektedir. Yaş gruplarına ve cinsiyete bağlı bazı farklı tercihlerin olması doğaldır. Bu iki benzer büyüklükte ancak farklı niteliklerde tasarlanmış odaya dair resimler aşağıda görülebilir.



Şekil 2.8. *İki Farklı Otel Odası Tasarımı* (Yıldırım, Akalın, & Çağatay, 2008, s. 178)

Gençlerin yaşlılara nazaran odaya dair unsurları daha olumlu değerlendirdikleri ve yaş arttıkça olumsuz fikre doğru bir meyil olduğu tespit edilmiştir. Bu durum yaş gruplarının farklı tecrübeleri ve beklentileri ile açıklanabilir. Sosyo-kültürel deneyim ve yeniliğe karşı gösterilen direnç bu eğilimlerde etkili olabilir. Beklentiler ve tercihler bazı durumlarda oldukça öznelirler ve kişisel özelliklerden etkilenmeleri doğaldır. Konuya dair yapılan çalışmaların sayısı ve nitelikleri attıkça daha sağlıklı neticeler elde edilmesi mümkün olacaktır. Mekân nitelikleri ile alakalı yapılan yorumlarda da cinsiyet bakımından farklar tespit edilmiştir. Erkeklerin kadınlarla kıyaslandığında otel odasına daha az yadırgama ile uyum sağladıkları görülmektedir. Erkek konukların mekân algısına etki eden unsurlar içinde dekorasyona yatkın olmak, düzen ve temizlik anlayışında farklılık gibi alanlarda kadın konuklara göre farklılık olması beklenebilir. Mekânsal kalitenin de demografik niteliklere bağlı olarak farklı algılandığı görülmektedir. Kadınların erkek konuklarla kıyaslandığında temizlik ve düzen konusunda daha hassas olmaları neticesinde mevcut duruma daha eleştirel bir bakış ile yaklaştıkları ifade edilebilir. Dube ve Morgan (1996) tarafından yapılan çalışmalarda kadınların memnuniyet yargıları kendilerinde oluşan ilk negatif hislerini kuvvetli biçimde etkilediği bunun yanında erkeklerde ise memnuniyet yargılarının kendilerinde oluşan ilk olumlu duygularla alakalı olduğu tespit edilmiştir. Bu durum erkek ve kadınları algılama biçimlerindeki farka dikkat çekmektedir. Konukların beklenti ve tercihlerini otel işletmelerinde mekâna yansıtmak için bu ve benzeri unsurların iyice irdelenmesinde fayda olduğu açıktır (Dube & Morgan, 1996, s. 156).

Kullanıcı gereksinimleri üzerinden konuya tekrar bakarsak kullanıcıların gereksinim duydukları eylemleri yerine getirebilmesi bakımından bulundukları ortamlarda olması gereken koşullar olduğundan otel işletmeleri bakımından kullanıcılar otel içinde çeşitli gereksinimlerine kolaylıkla erişebilmek istemektedirler. İyi bir otel işletmesi, kullanıcı gereksinimlerinin karşılanabilir nitelikte olması gereklidir. Otel mekânsal yapılarına bakıldığında lobiler işletmenin yaşamsal kontrol odağı olarak görülebilir. Sorunları ve soruları olan konuklar ilk başvuru merkezi ve mekânıdır. İşletme bakımından lobiler müşteri kabulü yapmakta, kayıt işlemi yapmakta, bilgi alıp ve ön büro hizmetlerinin, müşteriler için bekleme alanları bulunması gereken alanlardır. İşletmelerin lobileri vasıtasıyla otel türleri ve sınıfları hakkında konuklarına işletme ile alakalı ilk izlenimi iletmektedir. Lobiler yapısal olarak otel işletmesinin girişleriyle doğrudan bağlı olmalıdır. Kullanıcılar bir mekâna giriş yaptıklarında resepsiyon mekânının kolaylıkla algılanabilmesi gerekmektedir. Bu nedenle işletme bakımından lobilerin, müşteri gereklerini karşılar nitelikte olması lazımdır. Lobilerin otel müşterilerince en sıklıkla kullanılan mekânlardan olması nedeniyle konukların otelde kaldıkları sürece mekândan rahatça yararlanabilmesi lazımdır. Otel lobileri giriş mekânlarıyla doğrudan bağlantılı şekilde resepsiyon bankosu konuklarca kolay algılanabilir mekânda bulunmalıdır. Böylece konuklar otele giriş yaptıkları andan başlayarak işlem yaptıracakları resepsiyonun banko alanında algılayabilecekleri ve süratlice işlemlerini yaptırabileceklerdir. Bunun yanında lobinin dış alandan algılanmasında otel işletmesinin cazibesini arttırılmak bakımından lazımdır. Kullanıcılar bakımından lobiler, giriş alanından itibaren rahatça kayıt kabul alanını görebilen, bilgi edinebilecekleri danışma bölümlerinin yer aldığı, ödeme yapacakları mekânlar olması lazımdır. Lobilerde aynı anda kullanıcıların otel işletmelerine giriş, çıkış için yaptırmaları gereken işlemlerin sırasında beklemeleri gereken hallerde konfor hissi verebilecek oturma donatıları ile düzenlenmesi gerekir (Oda, 2008, s. 52).

Lobi alanları konukların rahatı ve konforunu sağlarken aynı zamanda otelden mutlu ayrılması maksadıyla verilen hizmetlerin ilk safhası olması nedeniyle tasarımdan itibaren detaylı planlanması lazım olan mekânlardır. Bu bölümlerde konukları etkileyebilmek adına, görsellik arz eden donatılar ve kullanıcı ihtiyaçlarının yanında hizmet gereklerini de sağlayabilmesi gerekir (Oda, 2008, s. 52).

Konuklar otel işletmeleri bakımından ekonomik gelirlerini sağlayan müşterilerdir. Ancak müşteri olmaları onların tek nitelikleri değildir aynı zamanda işletmenin

memnun ayrılması gereken misafirleridir. Konuklar ilk defa otele giriş yaptıklarında kayıt işlemlerini yapan, onları karşılayan ön büro hizmetleri gibi işlemleri yapan lobi bankoları ile karşılaşır. Burada görevli personel tarafından verilen hizmetin kalitesinin yanı sıra mekânın tasarım özellikleri de öne çıkmak durumundadır. İlk girişten itibaren konuklar lobiye yönelirler. Burada beklenen mümkün olduğunca kısa bir zaman diliminde gereken işlemleri halledebilmeleri ve eğer beklemeleri gerekseyse bu amaçla konforlu tasarlanmış bir bekleme alanı bulunmalıdır. Otel işletmeleri standartları kuralları ile belirlenmiş kurumlardır. Yıldız sayılarına bağlı olarak otel işletmelerinde bekleme alanlarındaki tasarım ve imkânlar farklılık arz eder. Örneğin tek yıldızlı otellerde yeterli kapasitede bir oturma alanının bulunması halinde burada ayrı bir oturma salonu şartı aranmaz (Dereli, 1989, s. 34).

Yıldız sayısı dört ve üzerinde olan işletmelerde konukların otele giriş yaptıkları andan itibaren lobide kayıt işlemlerini yaptırırken diğer yandan ulaşımda kendi araçlarını kullanmışlarsa otoparka çekme işlemini ve bavul, bagaj yüklerinin odalarına güvenli biçimde konulmasını arzu etmektedirler. Bu tür yüksek standartlara sahip otellerde konuklar lobi görevlileri tarafından bilgilendirilmek ve odaya yönlendirilmek gibi beklentilere sahip olmaktadır. Otellerin lobi tasarımları yapılırken sadece yatılı müşteriler değil farklı sebeplerle otelde bulunan diğer gününbirlik kullanıcıların da gereksinimleri dikkate alınmalıdır. Bu alanların bahsedilen sebepler dolayısıyla servis alanları, otopark, lokanta salonları, tuvalet gibi ortak alanlarla bağlantı durumunda olması beklenir. Bu bağlantılı alanlar ve oralara ulaşım konuklar tarafından kolaylıkla algılanabilmeli ve takip edilebilmelidir. Kayıt işlemi ile birlikte konukların otel işletmesinde misafirlik süreci başlamış olmaktadır. Kullanıcıların kullanacakları diğer hizmet alanları ile ilgili bilgilendirme bu andan itibaren açık ve anlaşılır biçimde yapılmalıdır. Hizmetler ile ilgili bilgilendirme mekân tasarımı ile desteklendiği takdirde kullanıcıların bu bilgileri kolaylıkla algılama ve kullanabilme imkânları doğacaktır. Mekân bağlantıda olduğu alanlara misafirlerini yormadan ve kafalarını karıştırmadan yönlendirebilecek yalınlıkta planlanmalıdır (Medlik, 1997, s. 49).

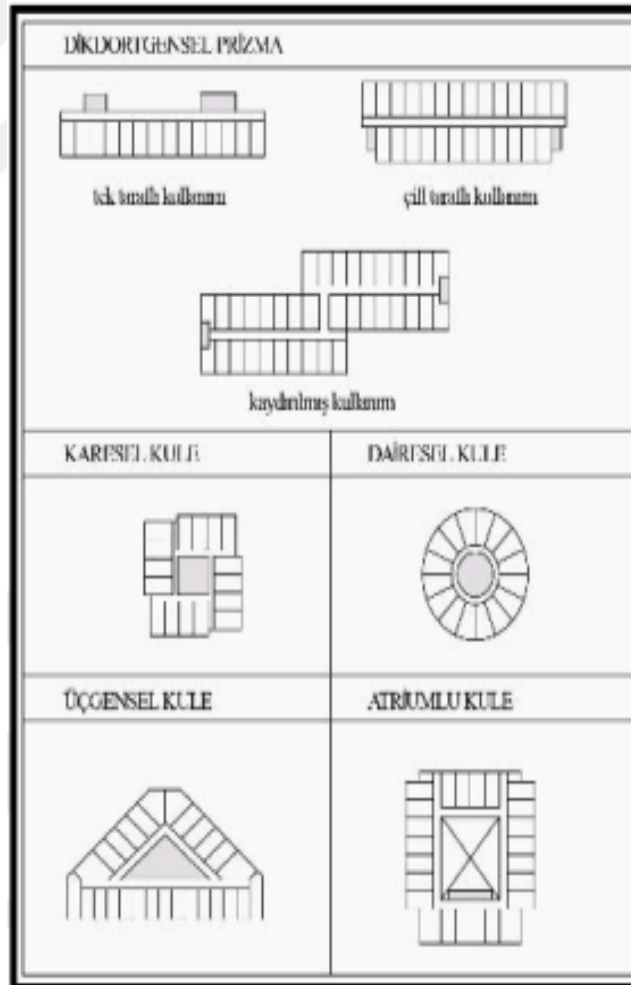


Şekil 2.9. *Otel Lobisi Örnek Tasarım* (tasarımakademi, 2021)

Otel işletmelerinin %85'e kadar olan alan kullanımı odalardan oluşmaktadır. Odalar otellerin büyük bölümünü oluşturan unsurlar oldukları için önemlidirler. Konukların konaklama esnasında zamanlarının büyük bölümünü geçirdikleri alanlar odalar olmaktadır. Konaklayan insanların uyuma, temizlik gibi gereksinimlerini giderdikleri odalar bu amaçla en uygun düzenlemeye sahip olmalıdırlar. Otelde konaklayan müşterilerin memnuniyeti konaklayanların memnuniyetine bağlıdır. Misafirlerin konaklamak için tercih ettikleri işletmeler ilk olarak yatma, uyuma amacına haiz olmalıdır. Uygun tasarım yapılmış odalar konuklarını menün eden ve misafirlerinde yeniden konaklama arzusu yaratabilecek işletmelerdir. Büyüklük, konum, kat alanı gibi hususlar tercih niteliklerini belirlemektedir. Yatak bölümünün tasarımı direkt olarak odanın tasarımını etkilerken aynı zamanda oda tipi ve büyüklüğüne de tesir etmektedir. Otel işletmesinin yatak katlarının planlaması otelde yatak kapasitesi, oda sayısı ile birlikte belirleyici niteliktedir. Yatak katı planı inşa edilirken konuklarının en uygun biçimde odalarına erişmesi esas hedef olmaktadır (Medlik, 1997, s. 49).

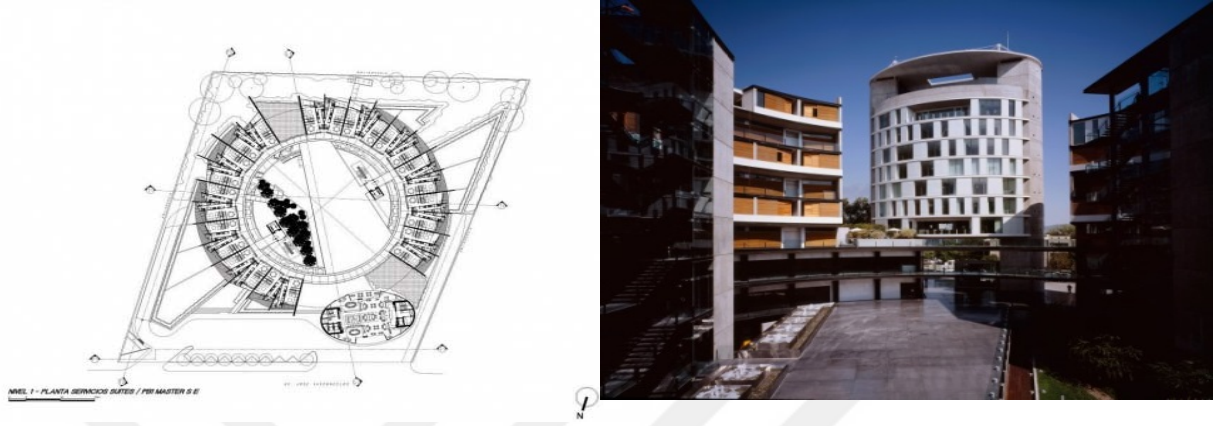
Aşağıda farklı formlarda otellerin oda katlarının plan şemaları görülebilir. Otel işletmelerinin kat planlarında odaların yerleşimi ama amaç olarak hedeflenen mümkün olduğu kadar fazla odanın cephe ve manzara görüntüsünden yararlanabilmesidir. Otel işletmelerinde tasarım planlarında, ön cepheyi gören ve manzaraya hâkim odaların, diğer odalarla kıyaslayınca daha yüksek bedelle sunulabilmesi sebebiyle, tasarım yapılır-

ken ön cepheyi gören odaların sayısı daha çok olacak biçimde yerleşim formunu şekillendirmek, işletme bakımından da en sağlıklı tasarım biçimi olacaktır. Koridorun şekline bağlı olarak, ikiye ayrılan dikdörtgen formunda bölmeler, oda akslarının tasarlanmasında yarattıkları serbestlik bakımından, diğer farklı şekilsel formlarla mukayese edilen daha kolay tasarımı yapılan iç mekân planı yapılabilir. Çift taraflı koridor yerleştirilmiş dikdörtgen formunda bir otel yapısı, tek taraflı yerleşime göre her oda üzerine %8'e kadar daha dar alana gereksinim duyduğundan dolayı daha uygun fiyatlı sınıfına girer. Kare formunda kat planları köşe odalara erişmek sorun durumuna gelirken, dairesel forma sahip kat planlarında ise oda aksları farklı olduğundan kat planında form gereği tefrişlerde sorunlar yaşanmaktadır. Üçgen formlarda tasarım safhasında yaşanan, üçgen çekirdek formunu dolayısıyla kullanımda alan kaybına neden olmaktadır. Kat planı formu oda konumunu, bununla ilgili olarak tip ve alan büyüklüklerini belirlerken ki etkisi önemlidir (Rutes, 1985, s. 64).



Şekil 2.10. Otelde Farklı Kat Planları (Rutes, 1985, s. 65)

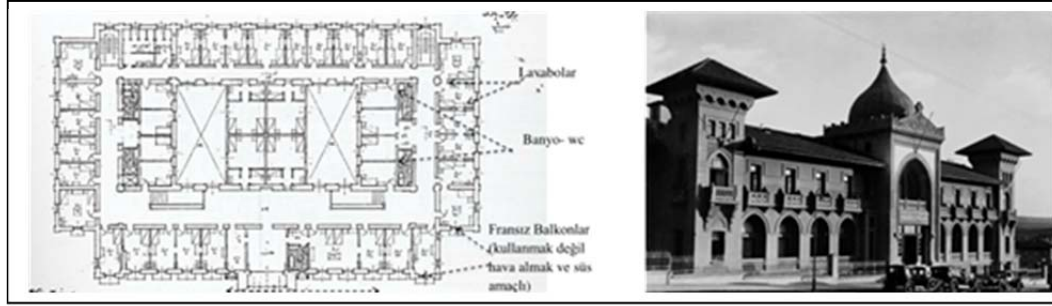
Yatak katları tasarlanırken yapılan planlamada konukların en rahat biçimde odaya ulaşması esas alınır. Otel tasarımı yapılırken kütle formu olarak tarif edilen kat planını tanımlamak başlangıç adımlarından olmaktadır. Koridorların vaziyet planı da tasarım açısından bahsedildiği gibi önemli rol oynamaktadır. Meksika’da inşa edilen



Şekil 2.11. Dairesel Vaziyet Planlı Bir Otel (Mindmap, 2021)

Habitat oteli dairesel mimariye sahip otellere güzel bir örnek oluşturmaktadır. 2008 senesinde inşa edilen otel 40 bin m² alan üzerine konumlanmıştır. Otelin kabul alanı binanın zemininde bulunmaktadır. Kabul alanı bağımsız cam bir prizma şeklinde yerleştirilmiştir. Süit odaların planı açık bir mekâna bağlantılı olarak tasarlanırken sokak iç yerleşim alanı çevresindeki noktalardan bağımsız biçimde hazırlanmıştır. Bina kompleksinin tümüyle daha karmaşık biçimde kendisi meydana faydalanarak çoğalmaktadır. Otel çevresindeki kamusal bina dış cephesi ile benzer karakterdedir ve bütün yapıda bu havayı bize hissettirmektedir. Aşağıda bu otelin vaziyet planı ve resim görüntüsü bulunmaktadır (Mindmap, 2021).

Aşağıda 1924-1928 yılları arasında yapılan ve Ankara’nın ilk büyük oteli olarak o dönemin mimari yaklaşımını sergileyen Ankara Palas otelinin kat planını ve perspektifini görebiliriz. Dönemin beğenisini temsil etmekle birlikte ülkemizin Cumhuriyet tarafından inşa edilmiş ilk modern mimari otellerindendir. Kat yerleşimlerinde dikdörtgen modelini benimsemiştir. Otel dış mimari tasarım olarak hem Avrupa hem de Türk mimarisinin özelliklerini gösteriyor ve iç mekân döşenirken Art Deco akımının etkileri görülebiliyordu. Yeni başkent olması nedeniyle diplomatik kadroların konaklama gereksinimini karşılamak için yapılan bu otel daha sonra pek çok kereler restorasyona tabi tutulmuştur (Gökhan, 2014, s. 4).



Şekil 2.12. Ankara Palas Otel Kat Yerleşim Planı ve Resmi (Gökhan, 2014, s. 5)

Otel işletmelerinde dış tasarım kadar önemli olan beğeni unsurlarından biri de iç tasarımıdır. Özellikle konukların zamanlarının büyük bölümünü geçirdikleri odalarının büyüklüğü en uygun biçimde ayarlanmak durumundadır. Ne olması gerektiğinden büyük ne de rahatsız edecek düzeyde küçük olmalıdır. Unutulmamalıdır ki oteller ticari işletmelerdir ve sattıkları odalar sayesinde ciro elde etmektedirler. Eğer alan verimli biçimde kullanılmıyorsa işletmenin zarar etmesi kaçınılmaz olur. Küçük ve rahatsız edici odalar ise tercih edilen bir durum değildir. Otel odalarında oda büyüklükleriyle alakalı belirleyici bazı kıstaslar olmakla beraber konum, otelin kapasitesi, otelin türü gibi birçok etki eden parametre söz konusudur. Oda büyüklüğünü proje aşamasından itibaren ortaya çıkaran etmenler bunlardır. Oda genişlikleriyle alakalı yapılan araştırmalar yaklaşık olarak 3,5 ile 4 m arasında bir ölçüyü uygun görürken derinlik noktasında kullanılan donatıların etkili olduğu tespit edilmektedir. Yatak odalarıyla alakalı olarak farklı tiplerde odalara göre değişkenlik söz konusudur. Aşağıdaki tabloda belli başlı oda türleri için ortalama kabul gören mekân genişlikleri listelenmiştir (Yüce, 2015, s. 48).

Bu büyüklükler Rutes (1985) tarafından yapılan çalışmada belirtilen referans alanlardır. Otel'in konumu ve alan işlevselliğine göre alanların farklılık arz etmesi mümkündür.

Tablo 2.6. Oda ve Alt Mekânların Genel Alan Ölçüleri (Rutes, 1985, s. 84)

Oda Türleri	Giriş Alanı	Yatak / Oturma Bölümü	Islak Alan	Toplam Oda Alanı
İkiz Oda	4-4,5 m ²	20-21 m ²	4-4,5 m ²	28-30 m ²
King Oda	6-6,5 m ²	21-22 m ²	4-4,5 m ²	31-33 m ²
Stüdyo + King Oda	5-5,5 m ²	23-24 m ²	5-5,5 m ²	33-35 m ²
Lüks Oda	6-6,5 m ²	21-22 m ²	5,5-6 m ²	32,5-34,5 m ²
Lüks Kral Dairesi	5-6 m ²	23-24 m ²	5-6 m ²	33-36 m ²

Oturma Odası	3-3,5 m ²	18-19 m ²	4-4,5 m ²	25-27 m ²
---------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Otelcilik sektöründe kendine özgü tarzda otellerin çok standartlaşmış mekân formları bulunmamaktadır. Otelin kullanım maksadı, konukların sayısı, konaklama süresi, kullanıcıların odadan beklentileri tarzında farklı etkenler otel odalarının büyüklüğünde etkin olmaktadır. İşletmelerin oda büyüklükleri kadar ota türleri de tasarım esnasında dikkat edilen unsurlardandır. Bir otel’de tüm odalar aynı türde olmak zorunda değildir ancak bulundukları konuma, konuklarının profiline göre muhtemel tercihler planlanarak oda türlerine karar verilir. Odaların kapladıkları alanlara, konuk sayısına, kat planlarına göre oda türlerine karar verilmelidir. Öncelikle standart ve süit şeklinde ayrımı yapılan oda türleri zaman içinde çok farklı tiplerde karşımıza çıkmaktadır. Standart oda olarak tabir edilen konaklama alanları içinde bir yatak bulundurmak durumundadır ve odanın ölçüleri bu yatağın ölçülerine göre farklılık arz edebilir. Tek kişilik, çift kişilik, üç kişilik ve ayrı yataklı oda türleri planlanabilir. Odalar süit ise bir veya daha çok yatağa sahip olabilir. Genellikle standart odalardan daha geniş alana sahip olan bu odalar daha pahalı satılırlar. Fiziksel niteliklerine göre süit odalar da kendi içlerinde farklı alt türlere ayrılırlar. Bu türler; junior süit, kral dairesi, köşe oda, superior room, executive süit gibi isimlerle anılırlar (Tugay, 2011, s. 65).

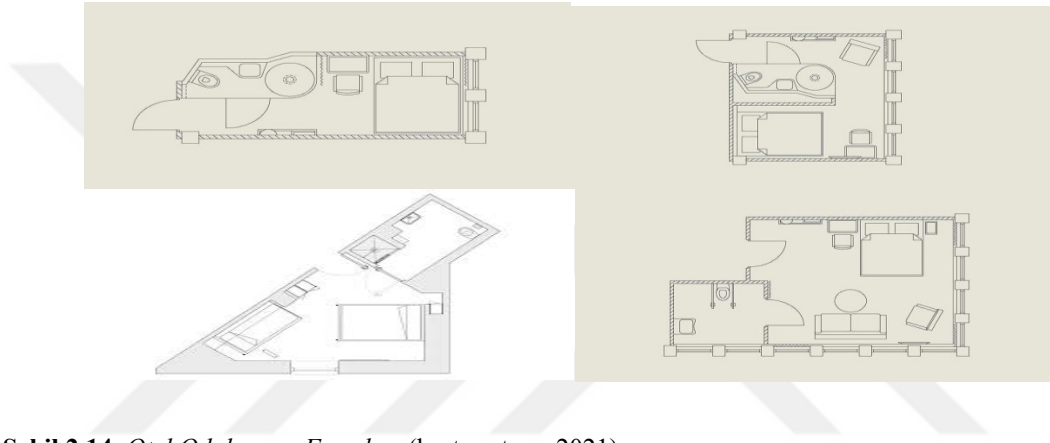
Aşağıda aile için tasarlanmış bir süit oda örneği görülebilir. Mekânın genişliği, ayrı oturma grubu ve yatak odasının farklı bir mekânda konumlandırılması mekânın belirgin özelliklerindendir.



Şekil 2.13. Bir Süit Oda Örneği (cityloft, 2021).

Otel işletmeleri mimari bakımdan tasarlanırken dış mimari unsurlar kadar iç mimari unsurlar da etkilidir. Odaların katlardaki yerleri formuna bağlı olarak değişkenlik gösterir. Oda formlarına uygun olmak şartıyla en uygun planlama yapılarak yerleşim

hazırlanmalıdır. Koridor cephesine bakan tarafları kısa tutulmuş cepheye bakan duvarları ise daha uzun tutulan bir miktar yamuk geometrisine benzetilmiş oda formları doğal aydınlatmayı en geniş hali ile almaktadır. Bu form oda içi mekânın esnek tasarıma uyandırılması bakımından da elverişli olmaktadır. Ama bahsedilen oda formları sadece dairesel biçimli kat planları ile tasarlanabileceği için en çok görülen oda formu dikdörtgen planlı olanlardır. Oda formları tasarlanırken, bahsedilen formun içinde bulunan alt mekânlarının boyutlarını, ölçeklerini, oranlarını etkilemesi de en ehemmiyetli unsurlardandır. Bu sebeple oda formları, tasarımı yönlendiren belirleyici ön unsurdur (Tugay, 2011, s. 66).



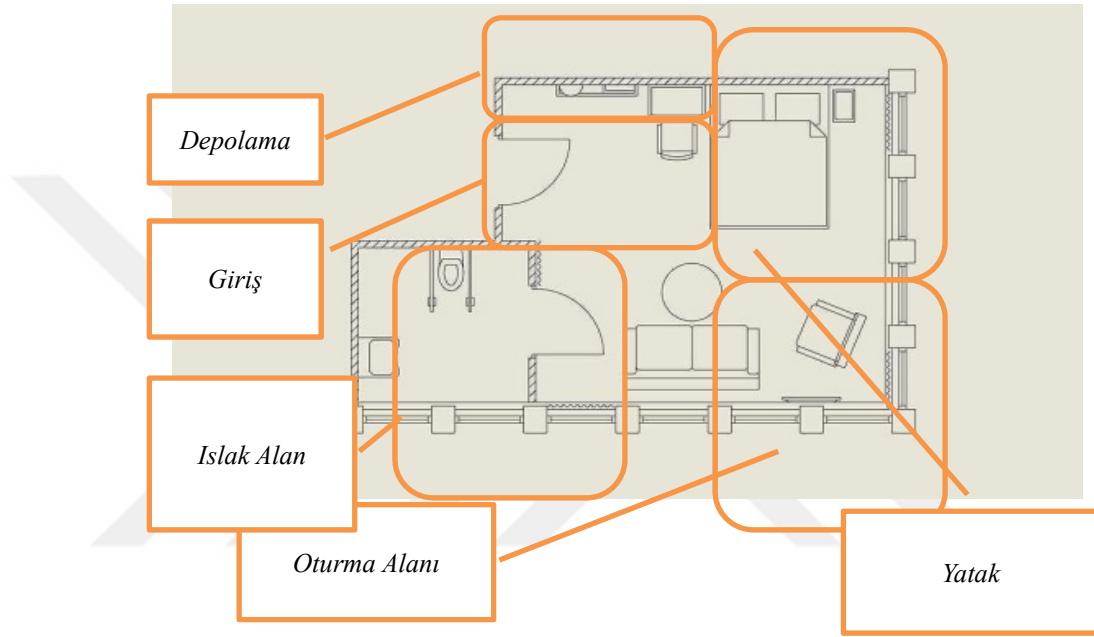
Şekil 2.14. Otel Odalarının Formları (bestwestern, 2021)

Otel işletmelerinin konukları için tasarladığı odalar birden fazla işlevi görmek durumundadır. Ayrıca bu işlevleri duruma göre birden fazla konuk için uygun bir biçimde halletmelidir. Odanın bütün gereksinimleri giderecek biçimde tasarlanmalıdır. Mekânın bu gereksinimleri giderememesi otel işletmesinin sürekliliğini etkileyecektir dolayısıyla daha tasarım aşamasında konuklarının ihtiyaçlarını ve beğenilerini karşılar biçimde tasarlanmalıdır. Oda alanına, odanın türü veya odanın formu bağlamında mekân alt unsurları kimi zaman birlikte, iç içe tasarlanırken, bazen ayrı mekân şeklinde çözümlenmektedir. Odalar, bütün bu gereksinimlere bağlı alt mekân bileşenleri tasarımı yapılırken, aynı zamanda konuklara evlerindeki konforu sunmak otel işletmelerinin en ehemmiyetli maksadıdır. Otellerde odaların birbirine benzeyen mekânsal unsurları vardır. Bu mekânsal unsurlar tasarıma göre farklar arz etmekle birlikte neredeyse tüm odalarda bulunmak durumundadır. Sıralamak gerekirse;

- Odanın giriş bölgesi,
- Odada dolap vs. depolama bölümü,

- Oturma ve/veya çalışma bölümü,
- Yatak alanı,
- Banyo ve tuvalet bölümü,

Bu bölümler konukların gereksinimlerini gidermek adına tasarlanması gereken temel bölgelerdir. Aşağıda bir oda planı üzerinden bu bölümlerin nasıl yerleştirildiğini görebiliriz.



Şekil 2.15. Otel Odasının Mekân Unsurları (Yazarın Kendi Çizimi)

Mekânın her bir unsuruna baktığımızda fonksiyonlarını daha iyi anlamak mümkün olur. Bu unsurların etkilendiği pek çok değişken olmakla beraber birbiri ile uyumlu ve işlevsel tasarlanmaları konukların memnuniyeti bakımından oldukça önemlidir. Giriş bölümü odada koridor bölüm ve oda iç alanını birbirine bağlayan mekân unsurudur. Bu alanın açıldığı koridor bir avlu alanına veya dış mekâna bakıyor olabilir. Otelin konseptine göre koridor yapısı farklılaşır. Odaların kat planındaki vaziyeti ile koridorun şekli değişkenlik arz eder. Oda kapısı bu iki unsuru bağlayan bir geçiştir. Güvenlik, ısı ve ışık geçirgenliği, bir yangın durumunda ne riskler arz edebileceği düşünülmelidir. Giriş alanı sıklıkla ıslak alan yani banyo ve tuvalet ile bağlantılı ve yan yana konumlandırılmaktadır. Bu bir kural olmamakla beraber genellikle tercih edilen bir tasarımdır. Giriş bölümünde sıklıkla karşılaşılan bir başka öge de depolama için vestiyer görevi de görebilecek dolapların bulunduğu alan olmasıdır. Bu özellikleriyle işlevsel bir alan olarak karşımıza çıkar. Odanın giriş bölümünün tasarımı, oda tasarımı ile bağlantı-

lıdır. Genel olarak tasarımda gözetilen unsur giriş bölümünün oda içini göstermeyecek biçimde mahremiyeti koruyacak şekilde tasarlanmasıdır. Odalarda giriş bölümünde depolama kısmı ile birlikte bavul, çanta koyulabilecek belirli donatılar bulunur. Aşağıda giriş alanında bulunabilecek bölmelerin ve donatıların boyutlarını görebiliriz (Rutes, 1985, s. 44).

Tablo 2.7. *Oda Girişlerinin Alan Bölümleri* (Rutes, 1985, s. 45)

Giriş Bölümü Türü	Alan Oranı (giriş/yatak odası)	Araç ve Ek Alanlar
Girişi Olmayan Oda	0/25	-
Yalnız Geçiş Maksatlı Giriş	1/24	-
Geçiş ve Ek Eylem Maksatlı Giriş	3/22	Ayna, Dolap
Geçiş ve Ek Alanlı Giriş	4/21	Ayna, Dolap, Bavulluk
Geçiş ve Genişlemiş Ek Eylemler Amaçlı Giriş	6/20	Dolap, Bavulluk, Tuvalet Masası
Geçiş ve Soyunma Amaçlı Giriş	4/21	Ayna, Bavulluk, Soyunma Alanı

Konuklar, konaklamaları süresinde kullanacakları özel eşyalarını, giysilerini depolayacakları, bavullarını koyacakları bir alan ve daha doğrusu bir hacme ihtiyaç duyarlar. Bu hacmin büyüklüğü konukların kalacakları süre ile bağlantılıdır. Konaklama süreleri otel işletmesinin türüne ve konuklarının maksatlarına göre değişkenlik gösterir. Bir mukayese yapabilmek bakımından örnek verilmesi istenirse kıyılarda yer alan otellerde tatil maksatlı konaklama süreleri 14 güne kadar çıkabilir. Kalabalık ailelerin tatil maksatlı kullanabildikleri bu oteller bahse konu anlamıyla geniş depolama hacimlerine ihtiyaç duyarlar. Depolama için tasarlanan hacim giriş bölümünde yer alabileceği gibi odanın içerisinde yatak kısmına yakın şekilde de tasarlanabilir. Oda genişliğine bağlı olarak süit odalarda ise giriş bölümü veya yatak alanlarından bağımsız depolama kısımları tasarlanabilir. Depolama için kullanılan unsurlar genelde gardırop ve bavul dolaplarıdır. Bu depolama unsurları açık tasarım olabileceği gibi kapaklı olarakta tasarlanabilir. Dolap unsurları duvara gömme olabilir veya ayrı bir dolap şeklinde tasarlanabilir. Dolap içlerinin çekmeceli tasarlanması genellikle kısa süreli kalışların yoğun olduğu şehir içi tesislerinde pek tercih edilmemekle beraber uzun süreli tatiller ve konaklamalarda tercih edilen kıyı otellerinde çekmeceli dolap tasarımları tercih edilir. Şehir merkezlerinde yer

alan iş maksatlı veya diğer makatlarla kısa süreli konaklamalar için kullanılan otellerde küçük dolaplar yer alırken zaten çoğu halde konukların bavullarını dahi çok açmadıkları dikkate alınmalıdır. Oda tasarımları yapılırken depolama alanları ile alakalı detaylar bahsedilen hususlar dikkate alınarak planlanmak durumundadır. Alanın verimli kullanılması açısından bu hususlara dikkat edilmesi önem arz eder (Ertem, 1995, s. 22).

Otel işletmelerinde konukların en çok etkileşimde bulundukları alanlardan olan odaların çalışma ve oturma maksadıyla ayrılan bölümleri yatak dışında geçirilen vakitlerin bir bölümü için tasarlanmalıdır. Atıştırma, TV (Televizyon) izleme, çalışma, makyaj gibi eylemler bu bölümde yapılabilir. Bu bölüm tasarlanırken odanın doğal ışığı en rahat alabileceği noktalarının seçilmesi yerinde olur. Dış cephe tarafında konumlandırılmış eğer varsa manzaraya hâkim bölümlerde konumlandırmak oldukça faydalı olacaktır. İşletmenin standart tabir edilen odalarında bu alanda yer alan malzemeler genellikle masa, koltuk, sandalye, sehpa, mini bar buzdolabı, TV ünitesi olabilir. Bu tasarım unsurları ve malzemeler sıklıkla birbirine yakın ve uyum içinde bir bölgede konumlandırılır. Donatı elemanlarının büyüklüğü ve bazı malzemelerin sayıları kullanacak konuk sayısına bağlı olarak değişmektedir. Oturma bölümlerinde çift veya tek kişilik koltuklar konumlandırılabilir. Bu bölüm ayrı tasarlandığında yatak şekline getirilebilen kanepenin kullanımı söz konusu olabilir. Eğer böyle bir tasarım yapılırsa odada konaklayabilecek insan sayısının arttığı görülür (Ertem, 1995, s. 22).

Odaların konukları bakımından öne önemli unsurlarından biri temiz ve rahat biçimde uyku uyuyabilecekleri yataklara sahip olmalarıdır. Bu odanın bir anlamda ana işlevini sağlayan donatıdır. Göreceli olarak odanın en büyük yer kaplayan donatısı yatak olmaktadır. Yatma bölümü ile çalışma ve oturma alanları birbirleriyle ilişki halinde konumlanan bütünleyici unsurlardır. Yatma kısmında genellikle yatak ile birlikte bulunan komodin ve tuvalet masaları konumlandırılır. Oda türü ve konuk sayısı buradaki alanı belirleyen unsurlardır. Burada oda büyüklüğü ile ilişkili olarak tuvalet masası, mini bar ve televizyon ünitesi ile beraber tasarlanırken böylelikle oturma bölümü ve çalışma ile iç içe geçer. Oda türünü belirleyen hatta konukların sayısını belirleyen unsur oda içinde buluna yatak ebat ve büyüklükleri olmaktadır. Yataklar bahsedilen kıstaslar dikkate alınarak planlanmalıdır (Akturan, 2017, s. 62).



Şekil 2.16. *Çift Kişilik Yataklı Bir Oda* (Hotels, 2018)

Odaların ıslak alana sahip olan bölümleri banyo ve tuvaletlerin bulunduğu alanlardır. Konukların insani gereksinimlerini gidermek için kullandıkları bu bölümlerin sağlıklı koşullara sahip olması çok önemlidir. Son dönemlerin tasarımlarında otellerin bu alanlarda kullandıkları tasarım öğeleri geleneksel anlayışımızın ötesine çıkmaktadır. Konuklarının tercihlerini dikkate alan ve dikkat çekmek isteyen işletmeler daha farklı banyo, tuvalet tasarımlarıyla insanların karşısına çıkmaktadırlar. Örneğin günümüzde banyo alanlarında TV izlemenin mümkün olduğu oda tasarımları görebilmekteyiz. İletişimin süreklilik kazandığı günümüz şartlarında odanın her noktasında kesintisiz iletişimi sağlayacak medya cihazlarının varlığı artık daha normal karşılanmaktadır. Bu durumun tasarıma yansımaya baktığımızda açık banyo konseptine geçen otelleri ve yatak odasına eklemlenmiş banyo küvetlerini görebilmekteyiz. Konukların arzu ve taleplerinin değişmesiyle beraber, kısıtlı zamanlar içerisinde farklı konaklama deneyimleri yaşamak isteyen müşterilerin varlığı bu tasarımlara yön verilmesini sağlamaktadır. Banyo kısmı ve oda arasına konulan şeffaf ayraçlar pencere veya panjur sistemleri, benzeri tasarımlarla banyo ve odalar arasında iletişimin sağlandığı görülmektedir. Süit odalarda bu tasarımlar daha gelişerek banyonun direkt oda içerisine alındığını görebiliriz. Buna bağlı olarak farklı konseptlerdeki otel işletmelerinde örneğin romantizm temasını kullanarak balayı odalarına özellikle bu tür tasarımlar yerleştirilmektedir (Tunalı, 2009, s. 31).



Şekil 2.17. Jakuzi Kivvetli Yatak Odası (etstur, 2018)

Otel odalarında odaların her birinde bulunan belirli donanımlar olması gereklidir. Bu donanımlar bazen standart bazen de otelin yapısına, tasarım öğelerine bağlı olarak ortaya konulabilir. Otel işletmesinin amacına bağlı olarak oda kimliğini ortaya koyan bu bileşenlerin tasarımı yapılırken kaliteli ve işlevsel bir mekân yaratılmasına özen gösterilmelidir. Odaların iç mekânlarında tasarıma konu olan mobilyalar, tekstil ürünleri ve mefruşatlar, tercihte bulunulan aydınlatmalar ve seçimi yapılan tamamlayıcı donatılar odada işlevsellik, estetik ve iç mekânın tasarımını meydana getiren, konseptin belirleyici en ehemmiyetli elemanlarını oluşturmaktadır. Otel Odasında bulunan temel donatılar şöyledir (Tunalı, 2009, s. 32);

- Mobilya donanımları
- Tekstil ürünleri ve mefruşat,
- Islak alan donatıları,
- Aydınlatma elemanları,
- Diğer aksesuarlar.

Bu donatıların özelliklerine daha detaylı bakmak gerekirse; odanın işlevsel gereksinimlerine göre mobilyaların seçilmesi önemlidir. Otellerdeki mobilyaların evlerdeki işlevlerine benzer ancak daha rafine bir biçimde seçilerek yerleşime eklenmesi gereklidir. Mobilyalar seçilirken konukların evlerindeki benzer bir rahatı yakalaması amaçlanır. Otellerde kullanılan mobilyaların uzun dönem kullanıma uygun ve aynı zamanda kolay temizlenebilir olmaları önemlidir. Mobilyalar tasarlanırken estetik nitelik-

leri yanı sıra dayanıklı olmaları ve teknolojik vasıflarının olması istenir. Mobilyalar sabit ve hareketli olarak tasarlanabilirler. Eğer hareketli mobilya tercihinde bulunulursa birden çok işleve sahip ve bir yerden diğer bir yere taşınabilir özellikte donatılara sahip olunmuş olur. Mobilyalar temizlik esnasında ve taşınmada kolaylık sağlayan nitelikte ve çok ağır olmazsalar işletme açısından büyük kolaylık sağlanmış olur. Bazı mobilyaların hareketli tasarlanması imkânlı olmaz, bu durumda sabit mobilyalar kullanılır. Örneğin duvara gömme tasarlanmış dolap ve vestiyerler bu çeşit mobilyalardandır. Mobilyalar otelin genel tasarımına uygun nitelikte seçilmek durumundadır. Renk, doku ve tarz olarak bütünlük sağlanması oldukça ehemmiyetlidir (Akturan, 2017, s. 63).

Otel işletmelerinde tarzı ortaya çıkaran diğer bir etmen de kullanılan tekstil malzemelerinin nitelikleridir. Kullanılan mobilyalar gibi tekstil malzemelerinde de sağlıklı olmaları, kolay temizlenebilmeleri ve diğer tasarım öğeleri ile uyumlu bir tarz sergilemeleri beklenir. Bu ürünler konukların en sık kullandığı malzemelerdendir. Havlu, bornoz, yatak ve yastık örtüleri her konuk konaklamasını bitirdiği vakit temizlenerek yenilenir dolayısıyla sürekli bir yıkama, kurutma döngüsüne giren malzemeler kolay yıpranma riskine maruz kalırlar. Otel işletmelerinde kullanılan malzemelerin bu durum dikkate alınarak seçilmesinde fayda vardır. Güvenlik bakımındansa malzemelerin kolay yanabilir özellikte olmaması tercih edilir. Odalarda kullanılan halıların yumuşak dokulu olması ve kolay temizlenebilir olması hem konuklar hem de işletmeler bakımından kolaylık sağlar. Halıların odaya uygun seçilmemesi durumunda karanlık ve dar bir alan hissi vermesi söz konusu olurken eğer uygun halı seçimi yapılırsa bu durumda daha geniş ve ferah bir oda algılanması söz konusu olur. Odalarda kir göstermediği için koyu tonlarda halıların seçilmesi oldukça yaygın olarak görülen bir durumdur. Halılar sadece dekoratif özellikleriyle değil aynı zamanda ısı ve ses yalıtımı konusunda işlevsel olmalarıyla da işlevseldirler. Sert zemin kaplamaları ile mukayese edildiğinde halıların ciddi miktarda ses yalıtımı sağladığı bilinmektedir. Isı yalıtımı bakımından da oldukça etkili olmaktadır. Otellerde tüm odalarda halı veya benzer işlevde tekstil ürünleri kullanıldığı için uygun halı seçimi işletme maliyetleri bakımından önemli olmaktadır (Ertem, 1995, s. 22).

Halıların yanı sıra perdeler de otellerin hem mahremiyet sağlayan hem de görsellik açısından kullanılan donatılarından. Diğer mefruşat ürünleriyle renk ve desen uyumu yapıldığında odada bir görsel bütünlük sağlanmış olur. Genellikle konukların

gözlerini yormayacak desenler seçilmektedir. Perde ve güneşlik birbirinden farklı renklerde seçilebilir ve güneşlikler koyu tonlarda tasarlanarak kaliteli bir uyku için odanın tümüyle karartılması sağlanabilir. Tozu tutmayan kolay yıkanabilir kumaşların kullanılması diğer mefruşat ürünlerinde olduğu gibi perdelerde de işletme maliyetleri bakımından daha uygun bir tercih yapılmasını sağlayacaktır. Düz tül perdelerin yanı sıra daha modern görümlü şerit perde ve stor perdelerin kullanımı da yaygınlaşmaktadır. Halılar ve perdelerin yanında yatak örtüleri ve çarşafklar odanın temizlik ve düzenini gösteren en önemli donatı elemanlarıdır. Genellikle yüksek sıcaklıklarda yıkamaya elverişli kumaşlardan imal edilen beyaz çarşaf ve yastık kılıflarının tercih edildiği görülmektedir. Yatak çarşafklarının minimum bir sene boyunca sürekli yıkama ve kurutma döngüsüne dayanacak nitelikte olması gereklidir. Islak alanlarda yani banyo ve tuvalet bölümlerinde kullanılan havlu, ayak havlusu, bornoz gibi ürünlerinde kolay su emme özelliğine haiz pamuklu kumaştan seçilmesi uygun olabilir (Ertem, 1995, s. 23).

Oda döşemelerinde seçilen kumaşlarında kaliteli malzemeden olması önem arz etmektedir. Uzun kullanıma uygun sürtünmeye dayanımlı, temizliği kolay yapılabilecek ürünlerin seçilmesi daha uygun olacaktır. Leke tutmayan kumaşlar gerekli hallerde bu noktalarda temizlik işleminin kolaylıkla yapılmasını sağlayacaktır.



Şekil 2.18. Otel Odalarında Kullanılan Mefruşat Ürünleri (Otel Tekstili, 2017)

Otel odalarında farklı gereksinimlere cevap vermesiyle, işlevselliğiyle en ayırt edici alanlardan olan banyo ve tuvalet bölümü sağlık ve temizlik kuralları bakımından en ehemmiyetli bölümlerdendir. Bu bölüm bir otelin temizlik ve titizliğini konuklarına yansıtabilecekleri başlıca alanlardandır. Son dönemlerde bu bölümlerde tasarımlar konukların gereksinim ve tercihleri doğrultusunda değişip yenilenmektedir.



Şekil 2.19. *Otel Odalarında Islak Zemin Alanları ve Donatıları* (etstur, 2018)

Konukların banyo ve tuvalet alanında TV izleme veya diğerleri ile iletişim kurma istekleri arttıkça bu alanlara gerekli teknolojik cihazları konumlandırma oranları artmaktadır. Farklı tasarımlarda otellerde tercih edilen standart dışı farklı tasarımlar ortaya çıkmaktadır. Oda ve banyo arasında var olan görsel iletişimi koruma çabası özellikle mahremiyetten fedakârlık ederken konuklara özgün bir deneyim yaratma arzusunu ortaya koymaktadır. Bu tür tasarımlar şu an için standart dışı yaklaşımlardır. Özellikle romantizm temalı oteller, balayı çiftlerinin konaklayacağı odalarda bu tür farklı tasarımlar daha çok öne çıkmaktadır. Bu alanlarda kullanılan donatılar tuvalet ihtiyacını gidermek için klozet, yerine göre küvet veya duşa kabin, set üstü lavabo gibi sıralanabilir (Akturan, 2017, s. 65).



Şekil 2.20. *Küvetli Tip Bir Otel Banyosu* (Ergoo, 2021)

Özellikle çok odalı ve zincir otellerde alan tasarrufu bakımından banyo donatılarının kompakt bir tasarımla daha küçük alanlara yerleştirilmesi söz konusu olabilmektedir. Bu durum oda türlerine ve otelin işletme politikasına göre değişkenlik gösterebilen bir durumdur. Bu maksatla standart odalarda küvet yerine duş teknesi kullanımı da sıklıkla görülmektedir. Otellerde görülen bir yenilik, hem sağlığa uygunluk, hem estetik açıdan düşünülerek tasarlanan kapalı kabin oluşumudur. Tasarımcılar, banyo donatısı olan klozet yerine kapalı kabin sistemini kullanmaya başlamıştır. Islak hacim mekânlarının, otel planlamasında hava dolaşımı olan noktalarda çözümlenmiş olması gerekmektedir. Zeminlerde seçilen taş ya da mermer, seramik kaplamaların kolaylıkla temizlenebilir olması gerekmektedir. Otel banyolarındaki yardımcı donatılar; buhar çözücülü ayna, büyüteçle bütünleşik makyaj aynası, saç kurutma makinesi, havluluk, tuvalet kâğıdı askısı, çöp kovası, sabunluk, banyo telefonu ve askılıktır. Banyo diyafonu duşa veya klozete yakın olmasının güvenlik bakımından önemi vardır. Bununla beraber acil durumlarda kullanılacak küvet veya duş içinde panik butonu da yer alabilir. Elektrik prizlerinin nem olasılığına karşı kapaklı korumaya sahip olmalıdır. Bu donatılara ilave olarak tıraş için universal prizler bulunabilir (Akturan, 2017, s. 65).

Otel odalarında aydınlatma donatılarının özellikleri ve açma kapama düğmelerinin konum ve nitelikleri önemlidir. Konukların kolayca ulaşabilecekleri konumlarda komütatörlerinin yer alması gerekir. Aydınlatma kısıcılarının kullanılması odanın istenilen seviyede aydınlatılması için kolaylık sağlamaktadır. Kullanılacak aydınlatma donatılarının, odalarda hangi türde aydınlatma sistemleri kullanacağı, hangi kısımları ne seviyede aydınlatılacağı ilk sırada belirlenmeli ve böylelikle planlama safhasında ona bağlı elektrik planıyla birlikte daha tasarım başlangıcından itibaren kararlaştırılmalıdır (Dodsworth & Stephen, 2015, s. 52)



Şekil 2.21. Otel Odalarında Kullanılan Aydınlatmalar (aydınlatma, 2021)

Odalarda genel aydınlatma unsurlarının tüm hacimde mümkün olduğunca homojen bir aydınlatmayı sağladığını görürken lokal aydınlatmalar ise mekânın içinde belirli bölgelerde kendine ait gereksinimleri karşılayacak biçimde konumlandırılırlar. Genel aydınlatmalar tasarlanırken metrekareye 100 lümen olacak şekilde aydınlatmanın ayarlanması tavsiye edilir. Sıcak ışık yayan rahat bir ortam sağlanmasına dikkat edilmelidir. Odanın içinde farklı bölümlerin işlevlerine uygun şekilde aydınlatılması önem arz eder. Aydınlatma nitelikleri ve kullanıldığı mekâna göre özellikleri CRI (Color Rendering Index/ Renklerin Geriverim Endeksi) aşağıdaki tabloda daha detaylı olarak verilmiştir (Özbudak, Gümüş, & Çetin, 2003, s. 45).

Tablo 2.8. *Mekâna Göre Aydınlatma Özellikleri* (Özbudak, Gümüş, & Çetin, 2003, s. 45)

Mekânın Türü	Yapılan Eylem	Renk	Psikolojik Etki	Işık Rengi	CRI	Özellikleri
Yatak Odası	<i>Uyuma</i>	<i>Mavi</i>	<i>Rahatlatma</i>	<i>ww</i>	<i>2A</i>	<i>Kısılabilir</i>
	<i>Dinlenme</i>	<i>Mor</i>	<i>Sakinlik</i>	<i>nw</i>		<i>Armatürler</i>
		<i>Açık Yeşil</i>				<i>Başucu</i> <i>Aydınlatmaları</i>
Islak Alan	<i>Yıkanma</i>	<i>Beyaz Tonları</i>	<i>Temizlik</i>	<i>ww</i>	<i>2A</i>	<i>Nem ve Su</i>
	<i>Tuvalet</i>	<i>Mavi Tonları</i>	<i>Genişlik Algısı</i>	<i>nw</i>		<i>Sayanımı</i>
Mutfak	<i>Yemek</i>	<i>Yeşil ve Sarı</i>	<i>Doğa Çağrışımları</i>	<i>ww</i>	<i>2A</i>	<i>Sıcak Renkler</i>
				<i>nw</i>		<i>Dolap</i> <i>Aydınlatmaları</i>
Oturma Odası	<i>Oturma</i>	<i>Açık Renkler</i>	<i>Dinlendirme</i>	<i>ww</i>	<i>2A</i>	<i>Sıcak Renkler</i>
	<i>Bekleme</i>	<i>Doğal Renkler</i>	<i>Huzur</i>	<i>nw</i>		<i>Endirekt</i> <i>Aydınlatmalar</i>

Yeni nesil otel odalarında özellikle kartlı giriş sistemlerinin kullanımı konusunda konukların bir takım zorluklar yaşaması söz konusu olabilmektedir. Oda karanlıkken kartı giriş soketine oda içerisinde yerleştirmek sıkıntı yaratmaktadır. Oda karanlık olduğunda kartı doğru noktaya yerleştirmek kolay değildir. Düşük enerji tüketimli LED (Light Emitting Diod/ Işık Yayan Diyot) aydınlatmalar ile bu sorun çözülerek sü-

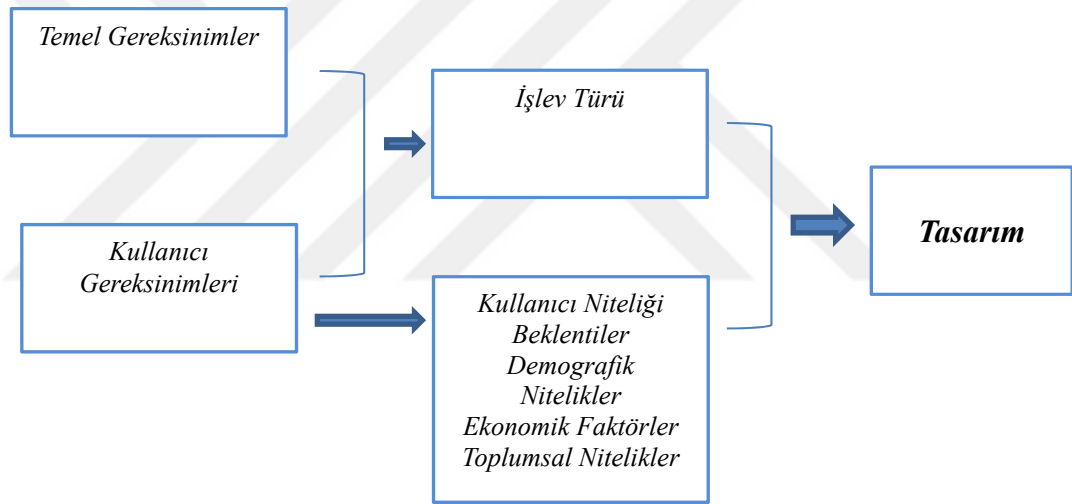
rekli olarak kart yuvalarının aydınlatılması söz konusu olabilmektedir. Aydınlatmanın sağlıklı çalışması, aydınlatmaları kontrol eden mekanizmaların doğru çalışmasına bağlıdır. Kolay anlaşılır, ulaşılabilir açma-kapama anahtarları ana gaye olması yanında, aydınlatma seviyesinin ayarlanabilir olması veya kullanılabilecek otomatik sistemler farklı oda atmosferi yaratmak için tercih edilebilir (Dodsworth & Stephen, 2015, s. 156).

İşletmelerde konukların farklı şehirlerde kaldıklarında o kentin veya o bölgenin kültürel, sosyal tarihi öğelerine dair izleri misafirlikleri süresince görmekten hoşlanmaktadır. Otellerin turizme olan katkıları işte bu yönde bölgelerinin kültürel değerlerini kendi tasarımlarına mümkün olduğunca yansıtmalı ve yaşatmalıdır. Odalarda ve ortak mekânlarda kullanılacak tanıtım öğeleri ve aksesuarlar bahsedilen konuda fayda sağlayacaktır. Bu maksatla odalarda kullanılacak obje ya da bir tablo, o yörenin geleneksel izlerini odada göstermelidir (Yüce, 2015, s. 61).

Otellerde tasarım konusunda çalışma yapılırken bu konuda etkili olacak unsurların neler olduğu kati şekilde belirlenmelidir. Bir, otel konuklarını mümkün olduğunca konaklama süresince evlerindeymişçesine rahat ve huzurlu hissettirmelidir. Odaların ve ortak mekânların tasarımı yapılırken mekân niteliklerine dikkat edilmelidir. Özellikle odaların tasarımını etkileyen faktörler belirlidir. Bunlar; konaklayacak misafir sayısı bu misafirlerin sosyo-ekonomik konumları, otelin konumu, türü, iklime ve kültüre bağlı diğer faktörler. Otel odalarının tasarımı yapılırken, tasarımcılar, bu faktörleri tasarım girdileri biçiminde değerlendirmek durumundadır. Planlama yaparken konukların gereksinimleri dikkate alınmalıdır. Otellerin mekân mimarisiyle çevre faktörlerinin misafirlerin algıları ve davranışsal durumu sürerken pozitif veya negatif etkileri hakkında birçok çalışmalar yapılarak saptamalar yapılmıştır. Yapılan çalışmaların ehemmiyetli kısmında çevresel faktörlerin tasarıma etkileri hakkında durulmaktadır. Misal olarak, çevre faktörlerini meydana getiren boyutlar; tasarım ve sosyal faktörler ile ortam, biçiminde üçe ayırmıştır. Ortam faktörleri olarak; sıcaklık, gürültü, aydınlatma, müzik, şeklinde tanımlamış, tasarım unsurları; renk, doku, mimari, planlama, iç tasarım, malzeme yapısı olarak, sosyal faktörlerse; konuklar ve personeller şeklinde tanımlamıştır (Yıldırım, Akalın, & Çağatay, 2008, s. 68).

Tasarım süreci inşa esnasında takip edilen bir dizi eylemi içerir. Tasarım süreçlerine eğer o ürünü kullanacak kişilerin katılımı söz konusu olursa bu durumda ortaya çıkan ürünün veya mekânın etkin ve verimli kullanılması aynı zamanda beğeni kazan-

ması söz konusu olur. Kaliteli bir tasarımda üç ana ögenin bulunması gereklidir. Bunlar tasarımın kendisi, uygunluk ve performans olarak sıralanır. Ürün ya da hizmet ekonomik olmalı, standartlara uymalı ve kullanım kolaylığı sağlamalıdır. Bu gereksinimleri karşılama oranı doğrultusunda tasarım performansları değerlendirmeye tabi tutulabilir. Mekân tasarımları yapılırken ilk olarak kullanıcıların ihtiyaçlarının göz önüne alınması gerekir. Tasarımlar ürün kullanıcıları hakkında bilgi vermelidir. Şekilsel tasarım nitelikleri, yapılan tasarımın işlevsel özelliklerini, anlayışı, teknik taraflarını ortaya çıkarırken üzerinde barındırdığı semboller vasıtasıyla sosyal ve kültürel olarak kullanıcılarını ifade edip ortaya koyar. Gereksinimlerin tümü tasarım kistaslarını belirlerken girdi olarak kullanılır. Gereksinimler ile tasarım arasında var olan bağlantıyı aşağıdaki şekil üzerinden görselleştirebiliriz (Can, 2014, s. 89).



Şekil 2.22. Gereksinimler ve Tasarım İlişkisi (Can, 2014, s. 90)

Tasarım sürecinin parçaları kullanıcı unsuru ve mimari yaklaşımdır. Tasarım planlaması önemlidir. Planlama süreçleri aşağıdaki şekilde ifade edilebilir;

Programlama safhası: Programlama safhasında tasarımdan sorumlu kimseler ki bu çoğu zaman iç mimar veya mimar vasfı ile yer alır. Binanın gereksinimleri tasarım sürecinde girdi şeklinde tanımlanır.

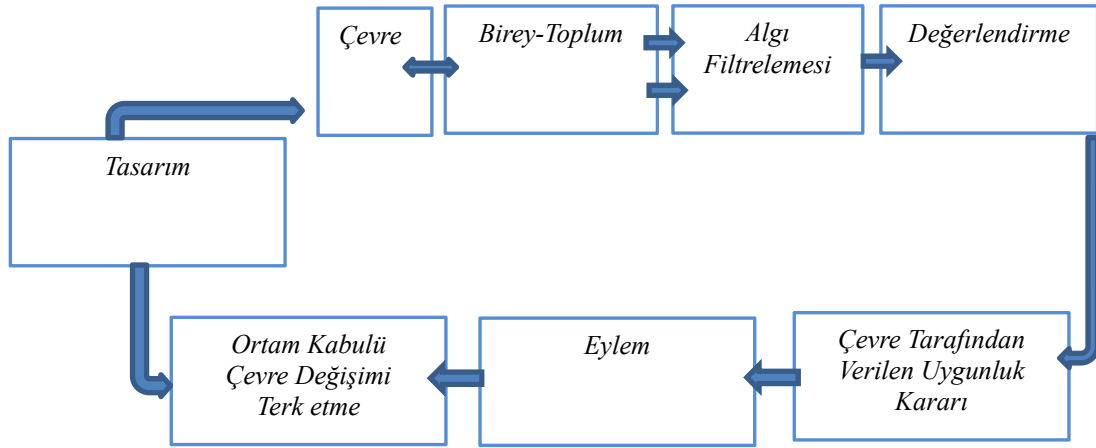
Tasarım safhası: Tasarım aşamasında mühendis ve mimarlar yer alır. Gerçek ürüne dönük tasarım süreci bu safhada yoğunlaşmaktadır. Girdilerden faydalanarak bina ile alakalı öğelerin çizim ve şekillendirilmesi bu safhada ortaya konulur. Mimari tasarımların değerlendirmesi yapılırken olumlu ölçütler yeterli seviyede ise bu ürün gerçekleştirme safhasına geçilebileceğini ifade eder. Projelerin değerlendirilmesinde dikkate

alınan kıstaslar aşağıdaki gibi ifade edilebilir;

- İşlevsellik, şartlara uygunluk,
- Kullanıcıların gereksinim ve arzularına uygun olmak,
- Sağlık şartlarına uygunluk ve konfor sağlamak,
- Estetik şartlara uygunluk,
- Yeniden düzenleme ve çevre koşullarına uygunluk,
- Ekonomik şartlara uygunluktur.

Uygulama aşaması: Müteahhit tarafından inşaat işinin tamamlanması ve kullanım aşamasına gelecek safhaya kadar olan süreleri kapsar.

Kullanım aşaması: Yapının üretim aşaması bittikten sonra kullanım aşamasına geçilir. Kullanım süreci ile birlikte pek akla gelmese bile bakım onarım süreci de söz konusudur. Tasarımdan, üretime ve kullanım aşamalarına kadar süreçler sıralı olarak gelişir. Süreçler ardışık olarak ve birbirini bilgi olarak besleyecek biçimde sıralanırlar. Aşağıdaki şekilde bu süreç sıralaması görülebilir (Ünlü, 1991, s. 382).



Şekil 2.23. *Tasarım ve Kullanım Döngüsü* (Ünlü, 1991, s. 382)

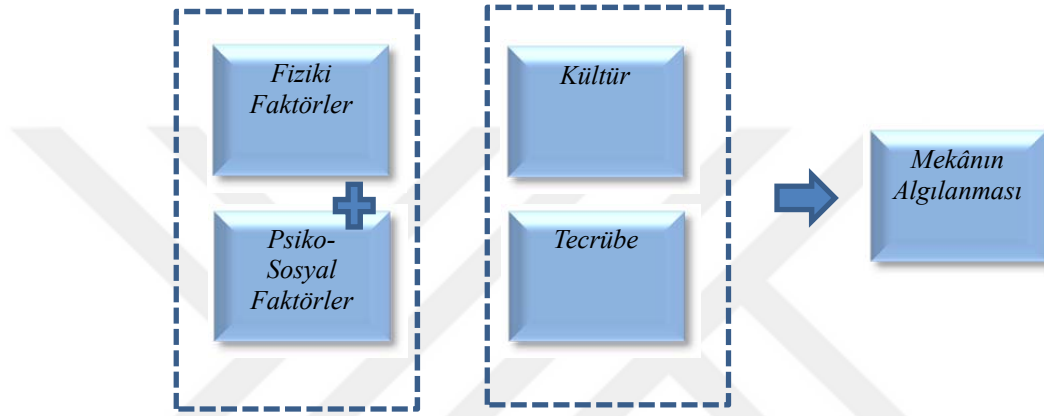
Tasarım beklentiler karşılamalı ve kullanıcılarda memnuniyet hissi oluşturmalıdır. Beklentiler ile memnuniyet arasında bir alaka kurulması gereklidir. Tasarımın dik-kate aldığı unsurlar neticesinde kullanıcıların beklentilerinin karşılanması da gereklidir. Kullanıcılar beklentilerini ortaya koyarken mevcutta var olan algılarından hareket ederler. Bu durumda algıların ne seviyede etkili olduklarını belirlemek ve tanımlamak önemlidir. Psikolojik ve bilişsel olarak duyuşsal bilgilerin alınarak işlenmesi, seçilip dü-

zenlenmesi algıları oluşturur. “Duyu verilerini örgütleyip yorumlayarak çevremizdeki görüngü ve olaylara anlam verme sürecine verilen addır.” (Cüceloğlu, 1992, s. 32).

Duyularla ilgili süreç ve ardından algılama süratli biçimde gerçekleşmektedir. Bundan ötürü arada geçen süre fark edilmeden duyum ile algılamanın aynı sürede harekete geçtiği düşünülmektedir. İnsanların mekân ile kurduğu alaka algı aracılığıyla gerçekleşir. Mekân nitelikleri o yerin algılanmasına katkısı olmaktadır. Mekân algılanması; görme, tatma, dokunma, duyma, koklama ile duyu organlarımız vasıtasıyla elde ettiğimiz bilgiler yani duyumsayacağı yaşam içinde ele aldığımız bilgilerin zihin ve his birliğini oluşturduğu akla getirildiğine bilişsel bir süreç ardında ortaya çıkmaktadır. Bugün insanların yaşadıkları mekânlar fiziki ve hissi olarak algılamaları ehemmiyet kazanmıştır. Mekânları tecrübe ederken hislerimizle algılayabildiğimiz doku, ışık, renk, sıcaklık, ses, biçim, boyut, ses, koku tarzında mekân niteliklerine verilen değişik tepkiler, öznel niteliklerimizin farklılığından ortaya çıkacaktır. Her kullanıcının öznel nitelikleri, geçmiş tecrübeleri ve hislerine vaziyetlerine göre mekân algısı oluşur. Mekânı algılama; kullanıcı kimselerin sosyal çevreleri, kültür yapıları, eğitimleri, yaş, cinsiyet vb. gibi demografik niteliklerinden ötürü farklılaşmaktadır. Mekân algıları, kullanıcı mekânla etkileşimde olduğu andaki hisleri ve zihni durumunun da etki ettiği bilinmektedir. Kullanıcının mekâna dair algısının farklı kullanıcılardan diğerlerine değişkenlik göstermesi yanında aynı kullanıcıların farklı yaşları ruhsal vaziyetlerine göre de farklılık yansıtmaktadır. Sahip olduğumuz kendimize dair özelliklerimiz aynı fiziki mekân farklı biçimde algılamamızı sağlarlar (Cankurt & Yurttaş, 2018, s. 98).

İnsanlar mekânları tecrübe ederlerken öncelikle duyu organlarıyla algıladıkları hususlara dikkat ederler. Burada kast edilen sıcaklık, aydınlık, kokular, biçim, boyut ve doku bunun yanı sıra ses gibi uyaran, dikkat çeken etmenlerdir. Bu uyaranların her kişide uyandırdığı etki aynı olmayabilir. Kişisel özelliklerimi farklı olduğu gibi algılama biçimlerimiz de farklıdır. Kullanıcıların kişisel nitelikleri, geçmişe dönük olarak yaşadıkları deneyimleri bu algılama farklılıklarını yaratmaktadır. Mekânları algımlarken kullanıcıların içinde bulundukları sosyal çevre, kültür yapısı, kişinin eğitim durumu, cinsiyet gibi kişisel nitelikler etkili olmaktadır. Mekânların algısını etkileyen bir diğer unsur da ilk olarak bu alan deneyimlenirken yaşanan his ve zihin durumunun etkisidir. Kullanıcıların farklı demografik özellikleri dolayısıyla algıları farklılaşırken aynı kişinin farklı dönemlerde demografik nitelikleri değiştiğinde yine bu algılar değişecektir.

Bir mekânın içerisinde hareketlilik ya da durgunluk, kişinin kısa veya uzun dönem mekân ile etkileşim halinde olması tarzında değişkenler neticesinde kullanıcıların algıları değişebilir. İnsanlar algılama işlemini gerçekleştirirken hem duyu organlarını hem de zihninin duygularla ilgili bölümlerini birlikte kullanmaktadırlar. Psiko-sosyal özellikleri ile birlikte insanlar kültürel deneyimlerini de işin içine katarak duyuları ile algıladıkları hususları değerlendirmektedirler. Aşağıdaki şekil üzerinden kullanıcının bir mekânı algılama sürecini irdeleyebiliriz.



Şekil 2.24. Kullanıcının Mekân Algısını Etkileyen Unsurlar (Erniş, 2012, s. 35)

Mekân algısını etkileyen bir başka kavramı mekânın çevre nitelikleri biçiminde ifade edebiliriz. Kullanıcı tarafından algılanan mekânın fiziki yapısı, hacim ve işlevsel özellikleri algılamayı farklılaştıran unsurlardır. Mekânda tasarıma bağlı olarak konumlandırılan donatıların yerleşim biçimleri kullanım özellikleri örneğin mobilyaların renk, biçim ve yerleşimleri mekânların kimlik ve kişiliklerini ortaya koyarlar. Donatıların kendi içlerinde de bir etkileşim vardır. Algı üzerinde fikir yürütülürken bu durumu da dikkate almak yerinde olur. Bugün için tasarımcılar mekânlarda ölçülebilir fiziki unsurların yanı sıra mekân duyular ile kavranabildiği noktadan hareketle tecrübeleri de yoğun olarak kullanıcıların memnuniyetinin artırılması için çalışılmaktadır. Kullanıcıların ortamdan duyuları ile birlikte aldıkları girdileri kişilerin zihinlerinde daha evvelki tecrübelerinden oluşan filtrelerinden geçirerek kişisel olarak yorumlamaları neticesinde algılar oluşmaktadır. Tasarımların kullanıcı algılarında önemli olan ihtiyaçlarının giderildiği ve mutlu hissetmelerini sağlayan mekânların ortaya çıkarılmasıdır. Alanların tasarlanmasında kullanılan unsurlar o alanın ruhuna hizmet eder. Kişilerin içinde bulunduğu mekânlar farkında olsak veya olmasak kişilerde izlenimler bırakır. Mekânla o alanı kullananlar arasında etkileşim süreci vardır. İki taraf ilişki kurulmaktadır. Bahsedilen ilişki

bireysel tecrübeleriyle daha evvel o alan veya unsurla nerede veya ne biçimde karşılaştığıyla ve kullanıcılar da ortaya çıkardığı çağrışımla ilgili olmaktadır. Tasarımcıların yarattıkları mekânlar ve kullanıcıların algıladıkları mekân fiziksel manada aynı bile algısal manada bu iki insanın kendi mekân tecrübeleri ve etkileşimleri neticesinde ortaya çıkan mekân algıları birbirinden farklı yansıtmaktadır. Bu algılama hususunda kullanıcıların özellikle kolaylıkla kavrayabildikleri alanları diğerlerine göre daha rahat tercih ettikleri görülmektedir. Aynı işlevi görmek adına tasarlanmış alanlar tasarım farklılığından ötürü insan davranışlarını birbirinden değişik biçimde etkilemektedir. Benzer işlevli mekânlar içinde insan davranışları, işlevinden de öte alan tasarımına, yani fiziksel donatıların alan içinde dizilimi ve kurgusuna bağlı ayrıştığı görülmektedir (Erniş, 2012, s. 36).

3. YÖNTEM

Çalışmanın bu kısmında araştırma yöntemi, araştırma grubu, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve analiz edilmesine dair bilgiler verilmektedir.

3.1. Araştırma Modeli

Araştırmanın modeli nitel bir çalışma modeli olarak planlanmıştır. Antalya ili Alanya ilçesinde bulunan 5 yıldızlı otellerin iç ve dış tasarımları oluşturulurken müşteri taleplerinin ne ölçüde ve nasıl değerlendirildiğine dair konunun olabildiğince çok yönlü ve bütünlüklü olarak incelenmesine dair nitel durum çalışması yapılmıştır. Araştırma yapan kimsenin değişkenleri denetiminde tutamadığı hallerde konuyu inceleme imkânı veren bir yapıya sahip araştırma modeli kısıtlı sayıda görüşmenin ayrıntılarla değerlendirilerek zenginleştirilmiş bir veri seti ile sunulmasını sağlayacaktır.

3.2. Çalışma Grubu

Bu araştırmaya veri sağlayan çalışma grubu Antalya ili Alanya ilçesinde bulunan 5 yıldızlı otellerin yetkili görevlileridir. Antalya ili ve Alanya ilçesi konumları ve imkânları itibarıyla ülkemizin turizm potansiyeli en yüksek ili ve ilçesi olarak değerlendirilebilecek bölgelerdir. Bu ilçede bulunan otel ve konaklama tesislerinin sayısı çok fazladır tümüne ulaşmanın güçlüğü nedeniyle bu konuda sağlıklı veri seti sağlayacak biçimde 14 çok yıldızlı otel yöneticisi ve 1 mimarlık ofisi sahibi ile görüşme tercih edilmiştir. Farklı ülkelerden gelen turistlerin yanı sıra yerli konuklarını da ağırlamak durumunda olan bu işletmeler araştırmanın gerektirdiği ölçütlerin büyük kısmını karşılayacak durumdadır. Nitel bir araştırma olması sebebiyle esnek bir değerlendirme yöntemi söz konusu olduğu için 20 soruluk bir anket formu üzerinden görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler yüz yüze anket formuna dâhil olan 20 sorunun sorularak cevaplarının kaydedilmesi ile tamamlanmıştır. Çalışma grubunu oluşturan oteller ve temel nitelikleri aşağıdaki tabloda ifade edilmektedir. Çalışma başlığına uygun olmak üzere bu çalışma grubunu oluşturan oteller çok yıldızlı turistik tesislerdir. Görüşme yapılan yetkililerin unvanları ve görevleri belirli olmakla beraber bazı görüşme mercileri isim ve makamlarının saklı kamasını istemişler ve bu sebeple çalışmada bu detaydan bahsedilmemiştir. Bu kapsamda görüşmecilerin işletmelerde yetkin ve tecrübeli kimseler olduğunu belirtmek icap eder.

Tablo 2.9. Görüşme Yapılan Otellerin ve Mimarlık Ofisinin Dökümü

Otel Adı	Görüşme Yapılan Yetkili	İşletme Sınıfı	İşletmenin Yaşı
1. White City Oteli	İşletme Sahibi	4-5 yıldızlı tesis	11 sene üzeri
2. Haydarpaşa Palace	Genel Müdür	4-5 yıldızlı tesis	6-10 sene
3. Saphir Resort Spa Hotel	Genel Müdür	4-5 yıldızlı tesis	11 sene üzeri
4. Anna Bella Hotel	Genel Müdür	4-5 yıldızlı tesis	11 sene üzeri
5. Dizalya Otel	Genel Müdür	4-5 yıldızlı tesis	11 sene üzeri
6. Sirius Deluxe Otel		4-5 yıldızlı tesis	11 sene üzeri
7. Aska-Just in the Beach Hotel	Genel Müdür	4-5 yıldızlı tesis	11 sene üzeri
8. Mısırhoğlu Mimarlık	İşletme Sahibi	Mimarlık Ofisi	11 sene üzeri
9. Selene Beach Hotel	Satış Pazarlama Yöneticisi	4-5 yıldızlı tesis	11 sene üzeri
10. Mc Arancia Hotel	Genel Müdür	4-5 yıldızlı tesis	11 sene üzeri
11. Litore Hotel	Genel Koordinatör	4-5 yıldızlı tesis	11 sene üzeri
12. Granada Luxury Resort & Spa Hotel	Operasyon Müdürü	4-5 yıldızlı tesis	11 sene üzeri
13. Gold Island Hotel	Genel Müdür	4-5 yıldızlı tesis	11 sene üzeri
14. (İsmi Saklı Bıraktı) Hotel	(İsmi Saklı Bıraktı)	4-5 yıldızlı tesis	11 sene üzeri
15. Diamond Hill Resort Hotel	Genel Müdür	4-5 yıldızlı tesis	11 sene üzeri

3.3. Veri Toplama Araçları

Nitel durum çalışmasında görüşme tekniği kullanılmakla beraber gözlem de yapılmış ve veri kaynağı olarak otel yöneticilerinin görüşlerine başvurulmuştur. Alanya bölgesinde yer alan turistik tesislerin mimari kıstasları belirlenirken müşterilerin taleple-

rinin nasıl ve ne ölçüde dikkate alındığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu veriler toplanırken kullanılan görüşme form, anketleriyle alakalı bilgiler aşağıda verilmeye çalışılmıştır.

3.4. Görüşme Formları İçeriği

Yüz yüze görüşme, mülakat tekniği kullanılarak yapılan mülakatlarda ilgili alanyazında geçen yapılandırılmış görüşme formları kullanılmıştır. Müşterilerinin tercihlerinin otel mimari tasarımlarına etkisinin değerlendirilmesini amaçlayan görüşme formları anket soruları şeklinde tasarlanmış ancak açık uçlu ve yorumlanabilecek cevaplara müsaade edecek biçimde yapılandırılmıştır. Mülakat tekniğine esas olacak formlarda otel yöneticilerin konuya dair görüşlerini ve kendi tesislerindeki uygulamaları net ve açık olarak tanımlayabilecekleri sorular ile konunun açıklanmasına dikkat edilmiştir. Görüşme yapılan tesis nitelikleri ve yaşı bir kıstas olarak değerlendirilmiştir. Özellikle son dönemlerde yapılmış tesislerde müşteri tercihlerinin mimari tasarıma katkısının değerlendirilmesi yeni eğilimlerin yönünün belirlenmesi bakımından değerli bulunmuştur. Görüşme formlarında otelin yapımı ve mimari unsurlarının kim tarafından takip edildiği irdelenmiştir. Otelin müşteri kitlesi belirlenmeye çalışılmış özel bir müşteri hedef kitlesinin olup olmadığı değerlendirmeye alınmıştır. Otelin mimari proje yüklenicisinin proje sahibinin taleplerini karşılayıp karşılamadığı yapının isteğe göre tamamlanması bakımından değerli bir bilgidir. Bazı projelerde mimari unsurlar farklı sebeplerle yapıya yansıtılamayabilir. Dış ve iç mimari projenin kim tarafından yürütüldüğü sorgulanarak bu mimari unsurların nasıl tasarlandığı sorulmuştur. Müşterilerin mekâna dair beklentilerinin karşılanması adına mimari projede nasıl bir yol izlendiği irdelenmeye çalışılmıştır. Mimari proje bir defa uygulandıktan sonra da bazı müşteri taleplerinin etkisi ile küçük veya büyük ölçekli değişiklikler söz konusu olabilir. Görüşme formunda bu durum da sorgulanmış ve değişikliklerin yeni mimari projeye yansması hakkında bilgi alınmıştır. Otellerin müşteri çeşitliliği oldukça geniştir. Bu geniş müşteri kitlesi içinde engelli ve çocuk misafirlerin gereksinimlerini karşılayacak mimari unsurların dikkate alınıp alınmadığı irdelenmeye çalışılmıştır. Özel bir takım talepleri olan müşteriler için yapılan uygulamaların neler olduğu da sorgulanmıştır. Müşterilerin fiziki gereksinimlerinin yanında insan olarak psikolojik gereksinimleri de olabilir. Bu psikolojik gereksinimlerin otelin özellikle iç mekânda psikolojik gereksinimlere dair detayların planlanıp planlanmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır.

Müşterilerin mekâna dair talepleri değerlendirirken hangi kıstasların dikkate alındığı önem arz eden bir sorudur. Bu soru ile gereksinime dair değişikliklerin bütçe etkisi, kalite yaklaşımları, yasal gereksinimler ve müşteri anketleri gibi unsurlardan hangilerinin dikkate alındığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Otel işletmesinin mekâna dair taleplerinin değerlendirmesi yapılırken fayda ve maliyet anlamında işletme ne derece getiri değerlendirmektedir. Bu konuda işletme yöneticilerinin fikirlerinin anlaşılmasına çalışılmaktadır.

3.5. Verilerin Toplanması

Araştırmanın verileri toplanırken çalışmanın başlığında belirlenen şekli ile Alanya ilçesinde 4 ve üzeri yıldız sahibi 14 otel ile ve 1 mimarlık ofisi ile görüşme sağlanmıştır. Öncelikler bu otellerin ilgilileri ile telefon iletişimi kurulmuş olurları alındıktan sonra ilgili karma anket, görüşme formları ile yüz yüze görüşme sağlanmıştır. Görüşmeler yapılırken bir yandan formlar doldurularak konu hakkında yeterli ölçekte veri toplanması sağlanmıştır. Yazılı notlar alınırken görüşmecinin cevaplarına bağlı kalınmış analiz yapılırken yaşanabilecek veri kaybının en düşük seviyeye indirilmesi hedeflenmiştir. Yazılı kayıtların tam ve eksiksiz alınması halinde ses ve görüntü kayıtlarının alınmasının gerekli olmadığı ve çalışılan konuya katkısı olmayacağı değerlendirilirken yazılı görüşme formlarına sadık kalınmıştır.

3.6. Verilerin Analizi

Araştırmada görüşme mülakat sorularından elde edilen veriler çözümlenirken nitel veri analiz yöntemleri ve içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçeriğin analiz edilmesiyle elde edilen veriler derinlemesine analiz edilmelidir. İlk anda belirgin olmayan içerik böylelikle derinlemesine bir analiz ile ortaya çıkarılmış olur. Böylesine bir analiz ile maksat, toplanan verilerin bulguya dönüşürken düzenlenerek yorumlanması ve okuyucuya bu şekilde sunulmasıdır.

İçerik analiz edilirken araştırmacı tarafından mülakat uygulanırken alınan notlar ve yorumlar bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Analiz edilmeye uygun veri setlerine dönüştürülen içerik böylece yorumlanarak son haline getirilmiştir. Verilerin görüşmeler ve gözlemlerin neticesinde kodlanması oldukça kısıtlı öznel yorum içerecek biçimde mülakat cevaplarından hareket ile derlenmesi kavramsal çerçeveye uygun biçimde tanımlanmaya ve yorumlanmaya uygun biçime gelmiştir.

4. BULGULAR VE YORUM

Çalışmanın bu bölümünde amaç doğrultusunda 14 otelin ve 1 mimarlık ofisinin yetkilileriyle yapılan mülakat verileri dış ve iç mimari tasarımlarında müşterilerin talep ve değerlendirmelerinin ne derece etkili olduğu konusunda incelemeye alınmıştır. Bu amaca uygun olarak mülakat verilerinin değerlendirilmesiyle aralarındaki farklılıklar ve benzerlikler ortaya konulmuştur.

4.1. Görüşmelerin Analizi ile Elde Edilen Bulgular

Bu bölümde otel yetkilileri ile yapılan görüşmeler neticesinde derlenen bulgular anket sorularının gruplanarak değerlendirilmesi ile sunulmuştur. Görüşmeler esnasında soruların içeriği otelin nitelikleri ve görüşmecinin kimliğinin belirlenmesinden itibaren hitap ettiği müşteri kitlesinin talepleri doğrultusunda iç ve dış mimari projeye neler katıldığı ile alakalıdır. Bulgular bu kapsamda gruplanarak değerlendirilebilir. Soruların belirli bir amaç doğrultusunda gruplanabilir olması bulguların değerlendirilmesi esnasında bu gruplamaya sadık kalınarak kolay değerlendirme yapılmasını sağlamak adınadır. Böylelikle her bir alt başlık belirli bir grupta ile bulgu değerlendirmeye uygun biçimde içerik oluşturabilmektedir.

4.1.1. Otelin mülk sahibi, mimari proje oluşturulurken dikkate alınan kıstasların ve müşteri hedef kitlesinin değerlendirmesinden elde edilen bulgular

Burada otel yetkililerinin mülke sahiplik durumları irdelenmiştir. Mülk sahibinin aynı zamanda işletme yöneticiliği yapıp yapmadığına bakılmıştır. İşletme sahibinin aynı zamanda yöneticilik yaptığı kurumlar olduğu gibi profesyonel yöneticiler tarafından yönetilen kurumlar da vardır. Yapılan görüşmelerin ekseriyetinde profesyonel yöneticilerin görev yaptığı tespit edilmiştir. Bunun yanında otelin mimari projesi oluşturulurken mülk sahibi tarafından mimara verilen hedeflerin değerlendirilmesinde bulunulmuştur. Otelin yapımı esnasında hitap ettiği müşteri kitlesinin bilinmesi mimari kıstasların değerlendirilmesi bakımından önem arz edebileceğinden bu kapsamda bir soru ile yetkililerin görüşlerinin alınması yoluna da gidilmiştir. Aşağıdaki tabloda bu başlıkta sorulan sorulara verilen cevaplar tasnif edilmiştir.

Tablo 2.10. Otelin Mülk Sahibi, Mimari Proje Kistasları ve Müşteri Kitlesi Bilgileri

	01	02	03	04	05	06	07	08	09	010	011	012	013	014	015
İşletmeci ve Mülk Sahibi Aynı	X														
Mimari Projede Müşteri Memnuniyeti Dikkate Alındı	X		X								X				
Özel Müşteri Kitlesi Var			X	X			X			X		X	X		X

Verilen cevaplar tasnif edildiğinde görüşme yapılan otellerin birinin görüşme yapılan işletmecisi ve mülk sahibi aynıdır. Otellerin oransal olarak %92'si profesyoneller tarafından yönetilirken görüşmeler bu kişiler ile yapılmıştır. Diğer otellerin profesyonel yöneticileri vardır ve görüşmeler bizzat kendileriyle yapılmıştır. Otellerin büyük oranda kurumsal yöneticilerce idare edildiğini görmekteyiz. Mimari proje ortaya konulurken 14 işletmenin 3'ü kesin ifadeler ile mimari projeye müşteri isteklerinin doğrultusunda yön verildiğini ifade etmişlerdir. Oransal olarak otellerin %21'inden kesin olarak müşterilerin memnuniyeti doğrultusunda proje yapılandırıldığı cevabı alınmıştır. Kalan kısımda net biçimde dikkate alınmamıştır cevabı alınmamakla beraber bu konuda açık bir beyan söz konusu değildir. Proje esnasında müşteri memnuniyetini temsil edecek dolaylı yöntemlerden faydalandığı görüşü hâkimdir. Genellikle projeler daha önce yapılan örnekler esas alınarak ve konsept projelere bağlı kalınarak yapılmaktadır. Otellerin özel müşteri kitlesine hitap etmeleri noktasında cevaplar değerlendirildiği zaman 14 görüşmeden 7'sinde yani %50 gibi bir oran ile belirli bir müşteri kitlesinin özellikle hedef alındığı tespit edilmektedir. Örneğin bazı oteller Kuzey Avrupa'lı müşterilere hitap ederken bazıları Rus turistleri hedeflemektedir. Farklı turist gruplarının kendi kültürlerine ve yapılarına özgün talepleri bu anlamda değerlendirilmektedir.

4.1.2. Yüklenicilerin mimari projeyi uygulama oranı ve müşteri beklentilerinin dikkate alınması

Aşağıdaki tabloda yüklenicilerin mimari projeyi uygulama oranı ve müşteri beklentilerinin dikkate alınması ile alakalı olarak otel yöneticilerine sorulan soruların değerlendirilmesi söz konusudur.

Tablo 2.11. Otelin Mülk Sahibi, Mimari Proje Kısıtları ve Müşteri Kitlesi Bilgileri

	01	02	03	04	05	06	07	08	09	010	011	012	013	014	015
Yüklenicinin Mimari Projeyi Tümüyle Uygulaması	X		X			X	X		X				X	X	X
Müşterilerin Mekâna Dair Beklentileri Dikkate Alınmıştır.	X		X			X				X			X	X	X

Otel projeleri çoğunlukla mimarlık ofisleri tarafından hazırlanmaktadır. Mimarlık ofislerinin inisiyatifleri doğrultusunda şekillenen projeler mülk sahibinin sürece ne derece müdahil olduğu ile alakalı olarak talepleri uygulamaya almaktadır. 14 otel ile yapılan görüşmelerde ancak 8 otelin talepleri projeye tümüyle yansıtılmış durumdadır. 6 otel ise bir biçimde yüklenicinin mimari projeye taleplerini tümüyle yansıtamadığını ifade etmişlerdir. Bu cevaplar doğrultusunda otellerin % 57’lik bir oranda taleplerinin tümüyle mimari projeye yansıtıldığını ifade etmemiz mümkündür. Taleplerin karşılanamamasının nedenleri çeşitlidir. Bazı projeler alan kullanım kısıtları dolayısıyla talepleri yansıtamamıştır, bazı projelerde üstlenici firma tarafından yaşatılan aksamaların neticesinde proje tümüyle istendiği biçimde gerçekleşmemiştir. Bütçe, mekanik ve elektrik tesisatında var olan yetersizlikler talepler konusunda taviz verilmesine neden olmuştur.

Mimari projeler hazırlanırken müşteri beklentilerinin dikkate alınmasına dair soruya verilen cevapların analiz edilmesi neticesinde ise 14 otelden 7’sinde müşteri beklentilerinin dikkate alınarak proje hazırlandığını söyleyebiliriz. Diğer projelerde müşteri beklentilerinin dikkate alınmadığı neticesine varmak ise doğru olmaz. Daha önce hazırlanmış tecrübeye dayanan proje yapılarının kullanılması söz konusudur ancak bu soruda amaçlanan müşteri beklentileri ile alakalı özel bir çalışma ve gayret olup olmadığı yönündedir. Bu kapsamda ancak % 50 gibi bir oranda otellerin mimari projelerinin hazırlanırken müşteri beklentileri konusunda özel hassasiyet gösterildiğini ifade edebiliriz.

4.1.3. Mekâna dair müşteri değerlendirmeleri üzerinden dış veya iç mekân tasarımında öngörülen değişiklikler ve öngörülen değişikliklerden gerçek projeye yansıyanlar

Aşağıdaki tabloda müşteri değerlendirmeleri üzerinden mimari projelerde değişiklik öngörülüp görülmediğini ve bunlardan gerçek projeye yansıyanları değerlendiren

sorulara verilen cevaplar işaretlenmiştir.

Tablo 2.12. Otelin mekâna dair müşteri değerlendirmeleri üzerinden dış veya iç mekân tasarımında öngörülen değişiklikler ve öngörülen değişikliklerden gerçek projeye yansıyanlar

	01	02	03	04	05	06	07	08	09	010	011	012	013	014	015
Mekâna dair müşteri değerlendirmeleri üzerinden dış veya iç mekân tasarımında bir değişiklik ön görüldü mü?	x		x	x		x	x		x	x	x	x	x	x	
Öngörülen değişikliklerden gerçek projeye yansıyanlar oldu mu?	x			x		x	x		x	x	x	x	x	x	

Mimari projeler turistik tesis ve otellerde diğer benzer yapılar gibi dış ve iç mimari tasarımlar hazırlanırken belirli kıstaslar dikkate alınır. Bu araştırma kapsamında ele alınan oteller içinde 14 otelden 11'i mekâna dair müşteri değerlendirmelerinin iç ve tasarımlarında değişiklik öngörmelerine neden olduğunu ifade etmiştir. Oransal olarak %78'lik bir kesim müşteri değerlendirmelerini öngörülen değişikliklerden bahsetmekle beraber öngörülen değişikliklerden projeye yansıtılanlar 14 otelden 10'unda söz konusudur.

4.1.4. Özel talepleri olan müşterilere dönük mimari detayların varlığı ve mimari projede psikolojik gereksinimlerin durumu

Otellerin müşteri kitlesi içinde özel talepleri olan misafirleri olması mümkündür. Bu misafirler engelliler, çocuklar ve benzeri grupta değerlendirilebilecek diğerleri olarak sıralanabilir. Bununla beraber misafirlerin psikolojik gereksinimlerinin mimari detaylara yansıtılması önemli bir ayrıntıdır. Müşterilerin mekâna dair beklentileri yalnızca fiziksel beklentiler ile sınırlı olmak durumunda değildir. Aşağıdaki tabloda bu bahse dair soru grubuna verilen cevaplar görülmektedir.

Tablo 2.13. Otelin özel talepleri karşılamak ve psikolojik gereksinimlerle ilgili yaklaşımı

	01	02	03	04	05	06	07	08	09	010	011	012	013	014	015
Özel talepleri olan müşteriler için mimari detaylar var mı?	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	
Psikolojik gereksinimler dikkate alınmış mıdır?	x		x	x		x	x		x		x	x	x	x	x

Görüşme yapılan otel yetkililerinden alınan cevaplar doğrultusunda özel talep-

leri olan müşteriler için mimari detaylar sorulmuş ve görüşülen otellerin tamamı yani 14 otelin yetkilileri de bu soruya olumlu cevap vermişlerdir. Bu kapsamda soruya verilen yanıt %100 oranında özel taleplerin yansıtıldığı biçimindedir. Otellerin tümünde kendi belirledikleri ölçüde özel gereksinim ve talepler doğrultusunda bir takım mimari detaylar yansıtılmıştır. Çok yıldızlı turistik tesislerde özellikle çocuk ve engelli müşteriler için bir takım düzenlemelerin yapılması yönetmeliklere bağlı bir zorunluluktur. Alınan cevaplardan yalnızca bu zorunluluk üzerinden değil genel olarak müşterilerin özel taleplerine dair bir takım detayların mimari projelere yansıtıldığı fikri edinilmiştir. Bu sorunun yanında otel yetkililerine mimari proje detaylandırılırken misafirlerinin psikolojik gereksinimlerinin mimari projede değerlendirmeye alınıp alınmadığı sorusu da iletilmiştir. Bu kapsamda verilen cevaplar 11 otelin psikolojik gereksinimleri dikkate aldığı yönündedir. Oransal olarak %78 otellerin mimari projeler hazırlanırken misafirlerinin psikolojik gereksinimlerini bir biçimde göz önüne aldıklarını ifade etmek mümkündür. Burada dikkate alınması gereken husus konaklayanların psikolojik gereksinimlerinin çok geniş perspektifte değerlendirilebileceği biçimindedir. Soru ile amaçlanan mimari projelerde bu yönde var olan farkındalık seviyesinin ölçülmesidir.

4.1.5. Mimari projede yapılanların anket uygulaması ile değerlendirilmesi, talep değerlendirmede kıstaslar ve işletmenin müşteri taleplerini değerlendirmesi

Oteller ile yapılan görüşmelerde mimari projeler hazırlanırken taleplere dayalı değişikliklerin etkinliği ile alakalı geri besleme almak adına anket veya benzeri uygulama yapıp yapılmadığı sorgulanmıştır. Müşteri taleplerinin yansıtılması ile birlikte yine de yapılan değişikliğin ne derece etkin olduğunun belirlenmesine çalışılmıştır. Bir değişikliğin mimari projeye yansıtılması ile bunun etkin biçimde uygulanması aynı şey değildir dolayısıyla geri besleme alınması önem arz eder.

Müşterilerin geri beslemesinin yanında değişikliklerin işletme sahibi tarafından hangi kıstaslar dikkate alınarak değerlendirildiği de sorgulanmıştır. Bu noktada dikkat edilmesi gereken husus kar odaklı ticari işletmelerin bununla beraber hangi noktaları değerlendirmeye aldığının belirlenmesidir. Konaklama tesislerinin tabi olduğu yasal ve güvenlik düzenlemeleri tercih kapsamında değerlendirilemeyecek kadar önemlidir. Yasal gereklerle beraber uzun süreli yüksek müşteri memnuiyeti yakalanabilmesi adına yapılacaklar vardır. İşletmeler mekâna dair talepleri değerlendirirken bu taleplerin neti-

cesinde nasıl yansımalar olacağını hesaplamak durumundadır. Bunun belirlenmesi adına işletmelere fayda maliyet değerlendirmesinde mekânsal taleplerin etkinliğine dair düşünceleri sorulmuştur. Aşağıdaki tabloda kapsam dâhilinde sorulan sorulara verilen yanıtları görebilmek mümkündür.

Tablo 2.14. *Mimari projede yapılanların anket uygulaması ile değerlendirilmesi, talep değerlendirmede kıstaslar ve işletmenin müşteri taleplerini değerlendirmesine dair cevaplar*

	01	02	03	04	05	06	07	08	09	010	011	012	013	014	015
Müşteri talepleri doğrultusunda mekâna yansıyan değişimler olduysa bununla ilgili geri besleme almak adına bir takip anketi vs. uygulama yapıldı mı?	x						x			x		x	x		
Müşterinin mekânsal talepleri değerlendirilirken hangi kıstaslar nasıl dikkate alınır? Maliyet, kalite, yasal gerekler, müşteri anketleri vs.	x			x	x	x	x			x	x		x	x	x
İşletmenin müşterinin mekânsal talepleri konusundaki değerlendirmesi nedir? fayda maliyet anlamında değerli olduğuna inanmakta mıdır?	x		x	x	x	x	x		x	x	x			x	x

Yapılan görüşmelerde otel yetkililerine mekânda talepler doğrultusunda yapılan değişikliklerin belirli yöntemlerle, anketlerle değerlendirilip değerlendirilmediği sorusu yöneltildiğinde anket tarzı sistemik bir geri besleme takibinin 14 otelin ancak 5'inde olduğu tespit edilmiştir. Bu anlamda oransal olarak sistemik geri besleme alan işletmelerin %35 oranında olduğu sonucuna varılmıştır. İşletmelerin bir kısmı geri besleme aldıklarını söylemişlerdir ancak bunların sistemik olduğuna dair bir kanı oluşmadığı durumlarda gözlemlerin ışığında olumsuz yanıt değerlendirmesi yapılmıştır. Bu kapsamda sorulan bir başka soru ise müşteri taleplerinin yasal, kalite, maliyet, anketler gibi yöntemlerle ve bu kıstaslara bakılarak değerlendirilmesi yönündedir. Bu soruda ise iş-

letmeler büyük bir oranda değerlendirmelerin sayılan kıstasların birçoğu veya tümüyle alakalı olduğunu ifade etmiştir. Bu soruya olumlu yanıt veren işletmelerin sayısı 14 otelden 10'udur. Bu ise oransal olarak % 71'e tekabül etmektedir. Otel yetkilileri ile yapılan mülakatlarda sorulan diğer soru ise işletmenin müşterinin mekânsal talepleri konusundaki değerlendirmesi ve fayda maliyet anlamında bunun değerli olduğuna inanmakta mıdır? şeklinde olmuştur. Bu soruya verilen yanıtlara bakıldığı zaman 14 otelin 11'inin bu anlamda net olarak faydalı değerlendirmesi yaptığı yönündedir. Oransal olarak bu %78 olumlu değerlendirme anlamına gelmektedir.

4.2. Bulgulara Dair Yorum

Otelin mülk sahibi, mimari proje oluşturulurken dikkate alınan kıstasların ve müşteri hedef kitlerinin değerlendirmesinden elde edilen bulgulara bakıldığında işletmelerin çoğunlukla profesyoneller tarafından yönetildiği görülmektedir. Görüşme yapılan kimselerin çoğunlukla işletmede çalışan profesyonel yöneticiler olmasının yanında yapılan gözlemler konaklama sektörü geneliyle uyumlu olarak gelişen ve büyüyen pazarın gereksinimlerini karşılayacak kadroların görev aldığı yönündedir. İşletme sahipleri şahıs veya kurumlar olsa bile özellikle karar alıcı mercilerde giderek profesyonel yönetici ağırlığının arttığından bahsedilebilir. Her ne kadar işletmeler profesyonel kadrolar tarafından yönetilse de işletmenin mimari projesinin şekillendiği esnada müşterilerin olası taleplerini dikkate alacak sistemik bir süreçten bahsetmek mümkün değildir. İşletmelerle yapılan görüşmeler neticesinde cevapları grupladığımızda genellikle mimari projelerin hazır konseptleri dikkate alınarak hazırlandığı ve işletmenin bu anlamda sorumluluğu projenin üstlenicisine verdiği yönündedir. Müşterilerin taleplerinin böylesine önem kazandığı bir çağda bu taleplerin mimari sürece yansıtılmasının önemli olabileceği kanısındayız. Otel işletmeleri ile yapılan görüşmelerde çoğunlukla bir veya birkaç yönden belirli bir hedef kitle üzerinde yoğunlaştıklarını görmekteyiz ki bu durum mimari projelerde tercihleri yansıtmayı kolaylaştırıcı bir etki yapabilecektir.

Yüklenicilerin mimari projeyi uygulama oranı ve müşteri beklentilerinin dikkate alınmasına dair konu değerlendirildiğinde müşteri taleplerinin ötesinde yaklaşık yarı yarıya bir oranda işletme sahibinin taleplerinin yansıtılmasında sorunlar yaşanabildiği görülmektedir. Bu noktada ortaya çıkan sorunlar genellikle bütçe veya teknik imkânsızlıklar dolayısıyla olmaktadır. Binanın sıfırdan yapılması veya var olan bir binanın yenilenerek otele dönüştürülmesi arasında farklar olduğu gibi projenin maliyet unsurunu

dikkate almadan bu tip taleplerin değerlendirilmesi zor olmaktadır. Mimari projede müşteri taleplerinin dikkate alınmasıyla ilgili oran da kısmen ilk soru ile benzerlik göstermektedir. Müşteri beklentilerinin alternatif yöntemler düşünülerek bir biçimde projeye yansıtılması daha memnun müşteriler için önem arz edebilir.

Mekâna tasarımları daha proje halindeyken farklı nedenler dolayısıyla üzerinde değişiklikleri yapılması sıklıkla görülmektedir. Birçok otel işletmesi ilk tasarımları aynı ile hayata geçirmiş değildir. Bu kapsamda müşteri değerlendirmeleri üzerinden dış veya iç mekân tasarımında öngörülen değişiklikler söz konusu olmakta ve hemen hemen tüm projeler bir biçimi ile değişiklikler öngörülerek hayata geçirilmektedir. Sistemik bir geri besleme sistemi olmamakla beraber işletmelerin değişiklikler öngördükleri ve bunların çoğunu hayata geçirdikleri tespit edilmektedir. Öngörülen değişikliklerden gerçek projeye yansıyanlar müşterilerin asli talepleri oldukça memnuniyet oranının artacağı tahmin edilebilir. Müşteri odaklı bir işletmecilik kadar daha işin başından müşteri odaklı bir tasarım sürekli rekabet içindeki turizm piyasasında işletmenin öne çıkmasına fayda sağlayacaktır.

Otel işletmeleri özel talepleri olan müşterilere dönük mimari detayların varlığı ve mimari projede psikolojik gereksinimlerin durumu konusunda tahmin edilenin ötesinde hazırlıklı gözükmemektedir. Bunun bir sebebi yasa ve yönetmeliklerin özellikle engelli ve çocuklara dair bir takım şartları işletmenin inisiyatifine bırakmadan zorunlu kılmasıdır. İşletmelerin tamamı özel talepler noktasında engelli ve çocukları dikkate almaktadırlar. Bunun dışında özel talep değerlendirmesi yoğun değildir. Çok geniş bir yelpazede müşteri profili olan kurumlar için bu durum normal sayılabilir. Görüşmelerde tespit edilen bir başka konu ise işletmelerin olabildiğinde misafirlerinin psikolojik gereksinimlerini tasarımda dikkate almaya çalıştıklarıyla alakalıdır. Genellikle işletmeler bu noktada iç dekorasyon ve dış mimariyi tasarlayan firmalara güvenmektedirler. Psikolojik gereksinimler duyu organları tarafından algılanan uyaranların psikolojimizde uyandırdığı etki ile alakalıdır. Misafirlerin temel beklentileri olan temiz, güvenli bir konaklamanın yanı sıra kendilerini rahat hissedebilecekleri huzurlu ortamların tasarlanması önem arz etmektedir. Özellikle yeni işletmelerde bu tip değerlendirmelerin daha ciddi yapıldığını varsayabiliriz. Bu konuda dikkate alınması gereken konu daha sistemik biçimde psikolojik gereksinimlerin irdelenmesi olabilir.

Mimari projede yapılanların anket uygulaması ile değerlendirilmesi, talep de-

ğerlendirmede kıstaslar ve işletmenin müşteri taleplerini değerlendirmesi noktasında işletmeler mimari projede müşterilerin beklenti ve talepleri doğrultusunda değişiklikler yapabilirler. Bu değişiklikler projeyi değiştiren ve müşteri memnuniyetini artırmaya dönük değişikliklerdir ancak değişikliklerin yapılması yeterli değildir bunlarla alakalı belirli yöntemler kullanılarak uygulama başarısını ölçen çalışmalar geri besleme anketleri yapılması gereklidir oya görülen geri besleme anketleri gibi uygulamaların işletmeler tarafından henüz benimsenmediği yönündedir. Yapılan bir eylemin etkinlik denetimi önem arz ettiği için bunun sistemik biçimde yapılmasının işletmelerin gelecek planlamalarına yardımcı olacağı yönündedir. Bu konuda bir gelişmeye açık bir alan olduğu aşikârdır. Bunun yanında mekâna dair talepler değerlendirilirken yasal gerekler öncelikle değerlendirilirken, maliyet ve müşteri talepleri de yoğunluklu olarak hesaba katılmaktadır. Proje aşamasında dikkate alınan yasal zorunluluklar örneğin yangın çıkışları, güvenlik tertibatları, elektrik tesisatının kalite şartnamesi gibi hususlar bir proje değişikliği veya tadilat olduğunda yeniden gözden geçirilmek durumundadır. İşletmelerin maliyet ve fayda oranına dikkat göstererek yatırımlarına yön vermeleri beklenen bir durumdur ancak yine de uzun vadeli planlama yapılarak müşterilerin beklentilerinin ve taleplerinin sistemik takibi yanında akıllı, ekonomik çözümler ile taleplerin tadilatlara yansıtılması işletmenin geleceği bakımından fayda sağlayacaktır. Rekabet koşullarının yoğun olduğu piyasada küçük farklarla tesislerin öne çıktığını düşünmek yanlış olmaz. Özellikle ger besleme ve değerlendirme konusunda daha kararlı ve net bir sistemin kurulması işletmelerin yararınadır. Gözlenen durum ise genellikle işletmelerin geri beslemeleri pek resmi sayılamayan ve farklı departmanlar üzerinden gelen peyderpey bilgilere dayandırmalarıdır. İşletmeler büyük oranda müşterilerin belirli yöntemler ile fikirlerinin tasarım ve tadilatlara yansıtılmasının önemini kavramış gözükmektedir. Verilen cevapların ekseriyeti bu tür geri beslemelerin işletmeler bakımından faydalı olacağına inandıklarını göstermektedir. Bu inancı uygulamaya yansıtmak ise daha sistemli bir çalışmanın ürünü olarak değerlendirilebilir. Otel müşterilerinin taleplerini iç ve dış mimariye yansıtmakla alakalı kat edilecek mesafenin henüz çok olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışma esnasında 14 otel ile görüşülmekle beraber 1 mimarlık firması ile de mülakat yapılmıştır. Bu mülakatın cevaplarına bakıldığında ise genel mimari ilkeleri gözeterek uzmanlaştıkları süreçleri yapıya yansıttıklarını ifade ettiklerini tespit etmekteyiz. Mimarlık firmasının çalışma şekli genellikle özgünlüğü korumak adına fakat çoğunluğun beklentilerini karşılayacak bir tasarım felsefesini benimsemek olmaktadır.

Doğrusu bu konuda verilen cevaplar otellerin verdiği cevaplar ile paralellik arz etmektedir. Müşteri beklentilerinin belirli kanallardan toplanarak işlenmesi gibi bir yaklaşımı iki taraf için de henüz geçerliliği olan bir yaklaşım modeli değildir. Mimari projeler bakımından bir başka dezavantajlı durum da projenin özellikle estetik detaylarının yüklenici inşaat firmaları tarafından tümüyle karşılanamamasıdır. İnşaat sürecinde üstleniciler mimari proje tasarımcıları kadar özgür olamamaktadır. Fiziki ve mali kısıtlar mimari projenin tam anlamıyla uygulanmasını engellemektedir. Mimarlık firmasının verdiği cevaplardan tasarımların belirli konseptler üzerinden şekillendiği görülmektedir. Mimari tasarım ve üretim süreci proje boyunca değişiklik talepleri ile birlikte yürümekte ve iş tamamlanana kadar sürmektedir. Psikolojik kısıtlar mimari projelerde dikkate alınırken bunun gerçek müşteri kitlesinin talepleri ile eşleştirmeye alakalı bir çalışma yapıldığı tespit edilememiştir. Bu konu aslında işletmeciler kadar mimari tasarım firmalarının da dikkate alması gereken bir konudur. Mimari projenin fizibilitesi hem yapı sürecinde hem sonrasında teyit edilmekte ve tecrübe biriktirilmektedir. İşletmecilerin talepleri ile mimarlık firmasının çalışmalarının uyumlu hale getirilmesi mimari tasarım firmaları bakımından bir başka önem arz eden noktadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Oteller konaklama işletmeleri arasında en geniş yere sahip kurumlardır. Birçok farklı türde otel olmasına karşın işletme standartları oldukça kesin belirlenmiş kurallara sahip alanlardır. İster iş maksatlı ister turistik maksatlı kullanılsın oteller konuklarına gereksinimleri olan şeyleri sağladıkları ve onların tercihlerine uygun bir hizmeti verdikleri sürece sürdürülebilir iş modelleri ortaya koyarlar. Sadece uygun fiyata ve konuma sahip olmak dışında otellerin konuklarının istek ve arzularını hizmet dışı sahalarda da sağlaması gereklidir. Günümüzün rekabet şartları her sektörde olduğu üzere otelcilik alanında da yoğundur. Bu ortamda bir işletmenin başarılı olması için sadece asgari gerekleri yerine getirmesi söz konusu olamaz. Otel işletmeleri tasarımları ile konuklarına hitap etmelidir. Konukları aynı zamanda işletmelerin müşterileridir. Bu kapsamda teveccüh görmek açısından otellerin birden fazla noktada konuklarına iyi hizmet, uygun fiyat ve konum avantajı sunmalıdır böylelikle karlı ve iş sürekliliğini sağlamak mümkün olur. Oteller öncelikle konuklarına temel gereksinimlerini sağlıklı ve standartlara uygun biçimde sağlayacak bir ortam ve hizmet sağlamak durumundadır. Bunun yanında kullanıcıların tercihlerini tespit ederek bu tercihleri mevcut ve yeni yatırımlarının tasarımlarına yansıtmaları gerekmektedir. Otellerin türlerine bağlı olarak konukların demografik nitelikleri değişiklik göstermektedir. Bu nitelikler tabi olarak tercihlerin şekillenmesinde rol almaktadır. Otellerin bulundukları konumlar dolayısıyla otellerin daha çok turistik veya iş maksatlı kullanılmaları söz konusudur. Özellikle kıyı bölgelerinde yer alan denize yakın oteller turistik kullanıma daha yatkın olmaktadır. Buraları ziyaret eden konuklar tatil amaçlı çoğunlukla aileler olmakla beraber şehir içi ve iş merkezlerine yakın otellerin ise iş insanları tarafından kullanılmaktadır. Turistik seyahatlerde kullanılan otellerde teknolojik gereksinimler ve işlevsellik ön plana çıkarken turistik, tatil gezilerinde daha uzun süreli konaklamalara müsait, daha çok ailelerin isteklerine dönük tasarımların öne çıktığı görülmektedir. Her iki durumda da konukların tercih ettikleri unsurların tasarımlara yansıtılması gerekir. Tasarım aşamalarında amaçlar belirlenmeli ve tasarım süreçleri bu amaçlar doğrultusunda planlanıp yürütülmelidir. Tasarım öğelerinde özgünlük ve konuklarının isteklerini tasarım süreçlerine yansıtmak sadece butik otellere özgü bir durum değildir. Artık gelişen rekabet ortamında amaç ve beklentilere göre özgünleşmek tüm otel işletmelerinin göz önüne alması gereken bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Mekânsal nitelikleri belirleyen unsurlar değerlendirilmeli ve iç ve dış yapı

mimarisi ile kullanıcıların etkileşimde oldukları donatıların şekillendirilmesinde tercihlerin rolleri dikkate alınmalıdır. İşlevsellik ve gerekliliklerin sağlanmasının yanında tercihler dâhil edildiğinde özgün ve kullanışlı tasarım ortaya çıkacaktır. Tasarımların tercihlerle birlikte harmanlanıp ortaya çıkmasında iki yönlü bir işleyiş vardır. Birincisi tercihler tasarımları etkilerken aslında bir döngü halinde tasarımlar da daha sonraki süreçte tercihleri etkilemektedir. Tek yönlü ve katı bir akışın olmadığı bu döngüde kullanıcıların algılarına hitap etmek onlarda tercihleriyle alakalı farkındalık yaratmakta bir tasarımın başarısını belirlemektedir. Tasarım sürecinde kullanıcı deneyimlerinin işin başından itibaren dikkate alınarak sürecin bütünlük biçimde işletilmesi ve daha sonra inşa süreci tamamlandığında kullanıcı tecrübelerinin alınıp değerlendirilmesi etkili bir sürecin belirlenmesi için lüzumlu olan koşulları ortaya çıkarmaktadır. Konukların kalış süreleri boyunca işlevsel bir konforu hissetmeleri bir dahaki sefere yapacakları konaklama tercihlerini şekillendirecektir. Son dönemlere kadar konukların yani otellerin birincil gelir kaynaklarını oluşturan müşterilerinin tercihlerinin tasarım süreçlerine yansıtılması konusunda ciddi bir ilgi olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu konuda yapılan çalışmalar genellikle gereksinimlerin belirlenmesi, genel tasarım nitelikleri üzerinden tartışılmış aynı zamanda tasarım süreçlerinin daha çok butik oteller ile alakalı farklılık yarattığı yaklaşımı benimsenmiştir. Konukların tercihlerinin tasarımlara aktarılması noktasında yapılan çalışmaların büyük kısmı butik oteller özelindedir. Oysa bu konu sadece butik oteller ile kısıtlı bırakabilecek bir sınırlılıkta ele alınmamalıdır. Büyük otellerin, zincir otellerin de müşterileri olan konuklarının konaklama esnasında mekândan tasarım olarak beklentilerini anlayarak bunu tasarım süreçlerine aktarmaya ihtiyacı vardır. Günümüzde birçok mekânda işlevsellik ve estetik birlikte talep edilmekte, daha küçük alanlarda daha etkin yaşam ve konaklama alanları tasarlanması mümkün olmaktadır. Bu çalışmada hedeflenen de 5 yıldızlı otel işletmeleri dikkate alınarak müşteri tercihlerinin ne ölçüde tasarımlara yansıtıldığı konusunda fikir sahibi olmaktadır.

Yapılan çalışmanın uygulama kısmına karşılık gelen mülakatlarda hem anket üzerinden yüz yüze görüşme hem de gözlemler yapılması söz konusu olmuştur. Bulgular ve yorumlar değerlendirildikten sonra çalışmanın dikkate değer bir tespitinin müşteri beklentilerinin hem mimari hem de işletme sürecinde farklı biçimlerde dikkate alındığının teyit edilmesine rağmen bu konunun yeterli sistemik yaklaşımla hayata geçirilmediği yönündedir. Müşterilerin mimari tasarıma dönük talepleri otelin iç ve dış tasarımıyla alakalı olabilir. Otellerin müşteri hedef kitleleri değişkendir. Ticari işletmeler oldukları

için mutlaka fayda maliyet konusunu dikkate almak durumundadırlar. Sistemik ve sürekli gelişip takip edilen bir tasarım takip anketi müşterilerin beklentilerinin karşılanması adına faydalı olabilecektir. Bu anket ve geri beslemelerin otelin inşaat ve tasarım süreçleriyle beraber başlaması gerekli olduğu kanaatindeyiz. Yörede zellik farklı tasarım ve müşteri hedef kitlesine sahip oteller mevcuttur bu otellerin müşterileri ciddi ve çeşitli bir bilgi kaynağı oluşturma potansiyeline sahiptir. Bu potansiyelden de her şekilde yararlanılması ve geniş bir veri havuzunun oluşturulması tüm otel işletmecilerinin yararına olacaktır.



KAYNAKÇA

- Akturan, G. (2017). *Butik Otel Odalarındaki Mekansal Özelliklerin İncelenmesi: Bodrumdaki Butik Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi.
- Altman, I. (1975). *The Environment and Social Behavior*. New York: Brooks & Cole Publishing Company.
- Arcan, E., & Evci, F. (1999). *Mimari Tasarıma Yaklaşım*. İstanbul: Tasarım Yayın Grubu.
- aydinlatma. (2021, 01 12). *aydinlatma.org*. 01 12, 2021 tarihinde <https://www.aydinlatma.org/oteller-nasil-aydinlatilmali.html> adresinden alındı
- Batman, O. (2013). *Otel İşletmelerinin Yönetimi*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Bayram, M. (2018). Otel Konuk Memnuniyetini Etkileyen Unsurlar. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 352.
- bestwestern. (2021, 01 13). *bestwestern*. 01 18, 2021 tarihinde https://medias.bestwestern.fr/props_iceportal/88215/61803475_XL.jpg adresinden alındı
- Burkart, A., & Medlik, S. (1984). *Tourism, Past, Present & Future*. Londra: Heinemann Publishers.
- Can, E. (2014). *Kullanıcı Beklentilerinin Butik Otellerin Tasarımına Etkisi*. Adana: Çukurova Üniversitesi.
- Cankurt, S., & Yurttaş, N. B. (2018). Mekansal Algı Kavramı ve İç Mekan Tasarımı İlişkisi. *Atlas I. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi*, (s. 98). Nevşehir: İktisat Yayınevi.
- cityloft. (2021, 01 31). *cityloft*. 01 31, 2021 tarihinde <http://www.cityloft.com.tr> adresinden alındı
- Cüceloğlu, D. (1992). *İnsan ve Davranışı*. İstanbul: Remzi Yayınevi.
- Çakın, Ş. (1988). *Mimari Tasarım, İnsan ve Çevre*. İstanbul: Özal Yayınevi.
- Demirtaş, N. (2010). *Otel İşletmeciliği*. Ankara: Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Yayınları.
- Dereli, A. M. (1989). *Otel İşletmeciliğinde Ön Büro*. İstanbul: Turban Turizm A.Ş.
- Dodsworth, S., & Stephen, A. (2015). *İç Mekan Tasarımın Temelleri*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Dube, L., & Morgan, M. (1996). Trend Effects and Gender Differences in Retrospective Judgements of Consumption Emotions. *Journal of Consumer Research Vol.23*, , 156.
- Düzgün, B. E. (2003). Sosyal Çevre-Konut İlişkisi:Ataköy-Şirinevler Etkileşimi. *Mimarist Dergisi*, 7.
- Ergoo. (2021, 01 02). *Ergoo*. 01 02, 2012 tarihinde <https://www.ergoo.com.tr/tr/konut-otel-banyoda-yer-tasarufu~5/kap%C4%B1-arkas%C4%B1-k%C3%BCvet-ve-klozet-ile-banyo-konsepti-banyoda-yer-tasarufu~16> adresinden alındı

- Erniş, Y. (2012). *Fiziksel Elemanların Yüzer Yapılarda Mekân Algısına Olan Etkileri: Çevre ve İnsan Davranışı İlişkisi Bağlamında İrdelenmesi*, . İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Ertem, S. Y. (1995). *İstanbul'un Turistik Otellerindeki Tekstil Ürünlerinin Tasarım ve Kullanım Özellikleri Açısından İncelenmesi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- etstur. (2018, 03 12). *Güverte (Jakuzili) Oda*. 01 10, 2021 tarihinde etstur: <https://www.etstur.com/Iskandil-Butik-Otel> adresinden alındı
- Gökhan, Ç. B. (2014, Temmuz 14). *Ankara Palas: Bir Mimari Yapının Toplumun Sosyo-Kültürel ve Politik Yaşamı ile Etkileşimi*. 01 31, 2021 tarihinde researchgate: <http://www.researchgate.net/publication/314509407> adresinden alındı
- Hotels. (2018, 11 04). *Hotels*. 02 03, 2021 tarihinde tr.hotels: <https://tr.hotels.com/ho581193/arus-hotel-eskisehir-turkiye/#:DR> adresinden alındı
- Karahasanoğlu, E. (2004). *Beş Yıldızlı Şehir Otellerinin İşletme Modelleri ve Mimari*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen.
- Karakaş, S. (1999). *Üniversite Kütüphanesi Kullanıcılarının Beklentileri ve Kullanıcı Tatmini*. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Kozak, M., Kozak, M., & Kozak, N. (2015). *Genel Turizm İlkeler, Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. (2012). *Genel Turizm Bilgisi*. Eskişehir: AÖF Yayınları.
- Lang, J. (1987). *Creating The Architectural Theory, The Role of the Behavioral Sciences in Environmental Design*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Maslow, A. (1943). A Theory of Human Motivation. *Physiological Review*, 370.
- Medlik, S. (1997). *Otel İşletmeciliği*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Yayınları.
- Mindmap. (2021, 02 08). *Otel Habitat*. 02 08, 2021 tarihinde <http://www.mindmap.org>: <http://mimdap.org/2013/01/otel-habitat/> adresinden alındı
- Oda, E. (2008). *Geçmişten Günümüze Oteller: Trabzon Kentindeki Otel Lobileri Üzerine*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Otel Tekstili. (2017, 04 11). *Otel Tekstili*. 12 28, 2020 tarihinde <https://www.oteltekstili.xyz/toptan-otel-tekstili/> adresinden alındı
- Özbudak, Y. B., Gümüş, B., & Çetin, D. (2003). İç Mekan Aydınlatmasında Renk ve Aydınlatma Sistemi. *Ulusal Aydınlatma Sempozyumu* (s. 45). Ankara: TMMOB, Elektrik Mühendisleri Odası.
- Resmi Gazete. (2019, 06 01). Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik. *Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik*. Ankara: Resmi Gazete, 30791.
- Rutes, W. A. (1985). *Hotel Planning and Design*. New York: Whitney Library of Design.
- Sanatın Yolculuğu. (2019, 1 19). *Ribat-ı Şerif Kervansarayı*. 01 2020, 19 tarihinde Sanatın Yolculuğu: <https://www.sanatinyolculugu.com/ribat-i-serif-kervansarayi/>

adresinden alındı

- Taner, B. (2013). Konsept Otellerde Kurgu Mekân İlişkisi,. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- tasarimakademi. (2021, 01 12). *Otel Lobisi Nasıl Tasarlanır?* 03 12, 2021 tarihinde <https://www.tasarimakademi.org/hotel-lobisi-nasil-tasarlanir.html> adresinden alındı
- Tugay, İ. (2011). *Beş Yıldızlı Otel Odalarının Mekansal Analizi, Manavgat Örneği*. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Tunalı, S. (2009). *Zincir Otellerde Konaklama Amaçlarına Göre Yatak Odası Nitelikleri ve Tasarım Uygulama İçin Endüstrileşme Yaklaşımı*. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Ünlü, A. (1991). Çevresel Kalite, Algı ve Kentsel Tasarım . *1. Kentsel Tasarım ve Uygulamalar Sempozyumu Bildiri Kitabı* (s. 382). İstanbul: MSÜ.
- Yıldırım, K., Akalın, A., & Çağatay, K. (2008). Otel Yatak Odalarının İç Mekân TasarımınınKullanıcıların Algı-Davranışsal Performansı Üzerine . *Politeknik Dergisi*, 175-182.
- Yüce, B. (2015). *Beş Yıldızlı Otel Yatak Odalarında Akıllı Sistemlerin Kullanımı*. İstanbul: Haliç Üniversitesi.

EK-1. Mülakat (Anket) Formu

OTEL MİMARİ TASARIMININ MÜŞTERİ TERCİHİNE ETKİLERİ

GÖRÜŞMEYE GİDİLEN OTEL:

GÖRÜŞME YAPILAN KİŞİ:

İşletmedeki Konumunuz

- ☐ İşletme Sahibi
- ☐ Genel Müdür
- ☐ Diğer:

Sektör Tecrübeniz

- ☐ 0-5 Yıl
- ☐ 6-10 Yıl
- ☐ 11 Yıl ve Üzeri

İşletmenin Sınıfı

- ☐ Tatil Köyü
- ☐ 4-5 Yıldızlı Tesis
- ☐ Diğer:

İşletmenin Konumu

- ☐ Deniz Kıyısında
- ☐ Şehir Merkezinde
- ☐ Dağ/Doğa İçinde

İşletmenin Yaşı

- ☐ 1-5 yıl
- ☐ 6-10 Yıl
- ☐ 11 Yıl ve Üzeri

1. Otelin mülk sahibi ve işletmecisi aynı şahıs veya kurum mu?

- ☐ İşletmeci ve Mülk Sahibi AYNI

-  İşletmeci ve Mülk Sahibi FARKLI

2. Otel ne zaman kim tarafından yapıldı?
3. Otelin mimarı projesini oluştururken hangi kıstaslar dikkate alındı? (Maliyet, Müşteri istekleri, İklim vs.)
4. Otelin özel bir müşteri hedef kitlesi var mı? (ülke, yaş vs.)
5. Yüklenici mimari proje detaylarını tümüyle karşılayabildi mi?
6. Dış mimari detaylar tasarlanırken mimari proje ne gibi kıstasları göz önüne aldı?
7. İç mekân tasarımı kim tarafından yapıldı?
8. İç mimari detaylar tasarlanırken proje ne gibi kıstasları göz önüne aldı?
9. Müşterilerin mekâna dair beklentileri konusunda öngörü oluşturulmuş durumda mı? Böyle bir konu proje veya işletme esnasında gündeme gelmiş midir? Geldiyse hangi bağlamda ve nasıl?
10. Müşterilerin mekâna dair taleplerini toplamak adına kurgulanan bir sistem var mı?
11. Müşterilerin genel memnuniyet anketleri yapılıyor mu?
12. Genel memnuniyet anketlerinde mekâna dair değerlendirmeler söz konusu mu?
13. Mekâna dair müşteri değerlendirmeleri üzerinden dış veya iç mekân tasarımında bir değişiklik ön görüldü mü? (örnekler)
14. Öngörülen değişikliklerden gerçek projeye yansıyanlar oldu mu? (örnekler)
15. İç veya dış mekâna dönük değişiklik veya yenilemeler yapılırken dikkate alınan unsurlar nelerdir. (Maliyet, yasal gerekler, müşteri talepleri)
16. Özel talepleri olan müşteriler için (engelli, çocuklu vs.) mimari projeye yansıyan detaylar var mı? (örnekler)
17. Fiziksel gereksinimler dışında dış veya özellikle iç mekânda psikolojik gereksinimler dikkate alınmış mıdır? (örnekler)
18. Müşteri talepleri doğrultusunda mekâna yansıyan değişimler olduysa bununla ilgili geri besleme almak adına bir takip anketi vs. uygulama yapıldı mı?
19. Müşterinin mekânsal talepleri değerlendirilirken hangi kıstaslar nasıl dikkate alınır? Maliyet, kalite, yasal gerekler, müşteri anketleri vs.
20. İşletmenin müşterinin mekânsal talepleri konusundaki değerlendirmesi nedir? Fayda/ maliyet anlamında değerli olduğuna inanmakta mıdır?

EK-2. Özgeçmiş

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Hasan Servet ÜNLÜ

Yabancı Dil : İngilizce

Doğum Yeri ve Yılı :

E-Posta :

Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- Yıl, Üniversite, Enstitü/Fakülte, Bölüm, Anabilim/Anasanat Dalı
- 2020/ Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Taşınmaz Değerleme Ve Geliştirme Uzaktan Eğitim Yüksek Lisans
- 2019/ Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü / Deniz Turizmi Uzaktan Eğitim Yüksek Lisans Programı
- 2012/ Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü / İşletme Yöneticisi Yüksek Lisans Programı
- 2013/ Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü// Muhasebe Finans -Yüksek Lisans Programı
- 1988/ Marmara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi/ Kamu Yönetimi Lisans
- 2013/ Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi/ Konaklama İşletmeciliği
- 2020 / Anadolu Üniversitesi. A.Ö.F./ Tarım Ön Lisans
- 2011 / Anadolu Üniversitesi. A.Ö.F./ Turizm Ve Otel İşletmeciliği Ön Lisans
- 2015/ Anadolu Üniversitesi. A.Ö.F./ Adalet Ön Lisans
- 2017/ Anadolu Üniversitesi. A.Ö.F./ Emlak Ve Emlak Yönetimi Ön Lisans
- 2017/ Atatürk Üniversitesi A.Ö.F./ İş Sağlığı Ve Güvenliği Ön Lisans

İş Deneyimi:

- 01.01.2018- Devam /İşletme Sahibi –Genel Müdür/ Banes Danışmanlık Eğitim

Turizm Tic Ve San. Ltd Şti.

- 04.01.2013- Devam Ediyor/Genel Müdür/Aydoğan Turizm Taahhüt Ticaret San A.Ş.
- 2018- Devam Ediyor/Genel Müdür/ Alara Medical Plaza Seyahat Acenteliği Sağlık Estetik Ticaret Ltd. Şti
- 02/02/1992 – 03/01/2013/Genel Sekreter/Alanya Ticaret Ve Sanayi Odası
- 2000- Devam Ediyor/Yönetim Kurulu Üyesi/Alidaş Alanya Liman İşletmeleri A.Ş.
- 1995-2003/Genel Müdür/ Alanya Turizm Tanıtma Vakfı-Altav
- 2008 -2013/ Ücretli Öğretim Elemanı /Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi- Altso Myo
- 2017 – 2018/ Ücretli Öğretim Elemanı /Alanya Keykubat Üniversitesi İşletme Fakültesi

Mesleki Birlik/Dernek/Kuruluş Üyelikleri:

- Alanya Ticaret Ve Sanayi Odası (ALTSO)/Alanya
- Türkiye Değerleme Uzmanları Birliği (TDUB)/İstanbul
- 07-016-072 Alanya Sanayici ve İşadamları Derneği (ALSİAD)/Alanya
- 07-007-014 Alanya Turistik İşletmeciler Derneği (ALTİD)/Alanya
- 07-009-058 Alanya Çevre Koruma ve Yaşatma Derneği (ALKOD)/Alanya
- 07-019-039 Kargıcak Turizm Dayanışma Derneği /Alanya
- Akredite Kobi Danışmanları Derneği/İstanbul
- TTPP Alanya Emlak Profesyonelleri Derneği /Alanya