



**KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
MİMARLIK ANABİLİM DALI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**KONYA ŞEHİR İÇİ OTELLERİ
İÇ MEKAN TASARIMINDA
MEKANSAL ALGI VE KİMLİK**

Saadet ÇEVİK

Yüksek Lisans Tezi

**KONYA
TEMMUZ 2022**

KONYA ŞEHİR İÇİ OTELLERİ İÇ MEKAN TASARIMINDA MEKANSAL ALGI
VE KİMLİK

Saadet ÇEVİK

KTO Karatay Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Mimarlık Anabilim Dalı
Tezli Yüksek Lisans Programı

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KAŞ

Konya
Temmuz 2022

BİLDİRİM

Enstitü tarafından onaylanan Yüksek Lisans/Doktora tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını basılı veya dijital biçimde arşivleme ve aşağıda belirtilen koşullar dahilinde erişime açma iznini KTO Karatay Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle, Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak ve gelecekteki çalışmalar (makale, kitap, lisans, patent vb.) için tezimin tamamının veya bir bölümünün kullanım hakları yalnızca bana ait olacaktır.

Tezimin bütünüyle kendi çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izinle kullanılması zorunlu olan kaynakları, yazılı izin alarak kullandığımı ve istenildiğinde izinlerin suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayımlanan “Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge” kapsamında, tezim, aşağıda belirtilen koşullar haricince, YÖK Ulusal Tez Merkezi ve KTO Karatay Üniversitesi Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

Enstitü / Fakülte Yönetim Kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir.¹

Enstitü / Fakülte Yönetim Kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ... ay ertelenmiştir.²

Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir.³⁴

27 Temmuz 2022

Saadet ÇEVİK

¹ MADDE 6(1) Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

² MADDE 6(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

³ MADDE 7(1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

⁴ MADDE 7(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

ETİK BEYAN

KTO Karatay Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez/Proje Hazırlama ve Yazım Kurallarına uygun olarak Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KAŞ danışmanlığında tarafımdan üretilen bu tez/proje çalışmasında; sunduğum tüm veri, enformasyon, bilgi ve belgeleri bilimsel etik kuralları çerçevesinde elde ettiğimi, tüm değerlendirme, analiz, bulgu ve sonuçları bilimsel usullere uygun olarak sunduğumu, tez/proje çalışmasında yararlandığım kaynakların tümüne bilimsel normlara uygun biçimde atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, tezimin/projemin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

27 Temmuz 2022

Saadet ÇEVİK

Bu tez öncelikle evlatları için eğitimine devam eden ve çalışan annelerimize daha sonra da oğlum Furkan Alp Çevik'e ithaf edilmiştir.

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitim döneminde ve tez çalışmamda bana öncülük eden, desteği ile birlikte beni yürüklendirerek güç veren, çalışmalarımızda büyük emeği olan tez danışmanım Dr.Öğr.Üyesi Mustafa KAŞ hocama sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek lisans eğitim sürecinde benimle birlikte her anına şahit olan, güç kaynağım canım oğlum Furkan Alp ÇEVİK'e, sevgisi ve desteği ile arkamda duran eşim Abdulkadir ÇEVİK'e çok teşekkür ederim.

Yüksek lisans eğitim sürecinde destekleri ile arkamda duran aile bireylerime ayrı ayrı teşekkür ederim. Eğitim hayatımda üzerimde büyük emeği olan annem Emine IŞIKÇEVİREN'e, sırtımı yasladığım çınarım babam Süleyman IŞIKÇEVİREN'e, beni azimlendiren ablam Zekiye KELEŞ, yanımdan hiç ayrılmayan kız kardeşim Betül KAYAN'a, duaları ile desteğini üzerimde hissettiğim annem Fatma ÖZDEMİR ve vefatından dolayı yanımda olamayan fakat kalbimde varlığını hissettiğim babaannem Saadet IŞIKÇEVİREN'e, bana karşı inançları ile destek olan kayınpederim Fatma ÇEVİK ve kayınpederim Bahattin ÇEVİK'e çok teşekkür ederim.

Tez sürecinde bilgisini ve tecrübelerini benden esirgemeyen, yanımda olan ve her konuda cesaretlendiren, çalışmalarımda büyük emeği olan İnşaat Mühendisi sevgili Julide ULUS ablama teşekkür ederim.

Grand Millennium Hotel ile ilgili bütün sorularıma cevap veren Ufuk YAŞAR'a, Bayır Diamond Hoteli inceleme sürecinde rahatlıkla bütün kapıları bana açma imkanı sunan Haki BAYIR'a, Novotel de güleryüzü ile karşılayan Mevlüt ACAR'a teşekkür ederim.

27 Temmuz 2022

Saadet ÇEVİK

ÖZET

Saadet ÇEVİK

Konya Şehir İçi Otelleri İç Mekan Tasarımında Mekansal Algı Ve Kimlik

Yüksek Lisans

Konya, 2022

“Konya Şehir İçi Otelleri İç Mekan Tasarımında Mekansal Algı ve Kimlik” konulu yüksek lisans tezinde, mekânsal algı ve kimlik kavramlarının üzerinde durularak bir otelin tasarımını etkileyen genel faktörler ve otel iç mekanlarının tasarlama ilkeleri doğrultusunda, belirlenen üç adet şehir içi otel örneğinde incelenerek, oluşan kimliklerin kullanıcı algısına etkisi araştırılmıştır. Otellerin oluşturduğu kimliklerin mekana yansıtılmasının kullanıcı algısındaki yeri ve önemi araştırmanın temel amacı olup, kimlik ve algının bir bütünlük ile mekana yansıtılması, tezin konusu için önemli bir değer oluşturmaktadır.

Beş bölümden oluşan tez çalışmasında, birinci bölümünde konu ile ilgili giriş niteliği taşıyan çalışmanın konusu, amacı ve tezin içeriği sunulmaktadır. İkinci bölümünde konaklama tesisleri ve otel işletmeleri üzerinde durularak otel mekan tasarımında nitelik, oluşum, yerleşim ve kullanım amacına göre sınıflandırılması ele alınmaktadır. Üçüncü bölümünde mekanların oluşumu, oluşan mekanların kullanıcılar tarafından algılanması ve algılanmanın sonunda kazanılan kimlik üzerinde durularak kavramlar açıklanmaktadır. Dördüncü bölümünde Konya ilinde son dönemde inşa edilen Novotel, Bayır Diamond Hotel ve Grand Millennium Hotel örneklerinin mekan tasarımları incelenerek, aynı amaca hizmet eden fakat farklı tasarımları ile göze çarpan otellerin kullanıcı algısında oluşan kimlikleri tespit edilmektedir. Tezin, sonuç bölümünde incelenen otellerin mekânsal algı ve kimlik konuları üzerinde durularak kimliği oluşmuş otellerin nasıl algılandığı açıklanmakta ve kimliğini kazanmış mekanın öne çıkan özellikleri üzerinde durularak tez çalışması sonuçlandırılmaktadır.

Anahtar Kelimeler

Otel, mekan , kimlik , algı , mekânsal algı

ABSTRACT

Saadet ÇEVİK

Spatial Perception and Identity in Konya City Hotels Interior Design

Master's Thesis

Konya, 2022

Candidates with spatial Perceptual Design and identity in the "Konya Inner City Hotel", their own designs were considered on the general appearance and in themselves, their own designs were generally considered in the general design and inside, their personalities were thoughtfully thought within the hotel within three cities, and three inner city identities were considered in their identities. it looks fine inside the hotel. user perception was investigated. Reflecting the place and point of view where the personalities of the hotels should be reflected in the space, reflecting an important value for the thesis.

In the thesis study, which consists of five parts, the first part of the thesis is an introduction to the subject, the subject of the study, the aim and the content of the thesis are presented. In the second part, accommodation facilities and hotel businesses are emphasized and the classification of hotel space design according to quality, formation, location and purpose of use is discussed. In the third part, the concepts are explained by emphasizing the formation of the spaces, the perception of the created spaces by the users and the identity gained at the end of the perception. In the fourth part, the spatial designs of the Novotel, Bayır Diamond Hotel and Grand Millennium Hotel examples, which were built recently in Konya, are examined, and the identities formed in the user perception of the hotels that serve the same purpose but stand out with their different designs are determined. In the conclusion part of the thesis, the spatial perception and identity issues of the examined hotels are explained, and how the hotels that have formed their identity are perceived, and the thesis study is concluded by emphasizing the prominent features of the place that has gained its identity.

Keywords

Hotel, place, identity, perception, spatial perception

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM	ii
ETİK BEYAN	iii
TEŞEKKÜR.....	v
ÖZET.....	vi
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar DİZİNİ	x
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xi
SİMGELER DİZİNİ.....	xv
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xvi
1. GİRİŞ	1
2. KONAKLAMA TESİSLERİ VE OTEL İŞLETMELERİ.....	4
2.1. Konaklama Tesislerinin Türleri ve Otel İşletmelerine Genel Bakış	4
2.2. Otel işletmeleri ve Gelişimi.....	6
2.2.1. Otel Mekan Tasarımında Nitelik Sınıflandırması.....	7
2.2.2. Otel Mekan Tasarımında Kullanım Amacına Göre Sınıflandırma.....	12
2.2.3. Otel Mekan Tasarımında Oluşum Sınıflandırması	15
2.2.4. Otel Mekan Tasarımında Yerleşim Sınıflandırması	18
3. OTEL TASARIMINDA MEKAN, KİMLİK, ALGI	21
3.1. Mekan	21
3.1.1 Mekan Oluşumunu Etkileyen Faktörler.....	25
3.1.2. Mekan Tasarımında Kullanıcı ve Tasarımcı.....	30
3.2. Kimlik.....	33
3.2.1 Kurumsal Kimlik Kavramı	35
3.2.2. Mekan Kimliği Tasarımında Kullanıcı ve Tasarımcı	37
3.3. Algı.....	40
3.3.1. Mekansal Uyarımı Etkileyen Algı Türleri.....	41
3.3.2. Mekanın Algılanmasında Etkili Olan Tasarım Öğeleri	44
3.4. Otel İç Mekanlarının Tasarımı	50
3.4.1. Otel Tasarımında Roller	51

3.4.2. Otel Tasarımını Etkileyen Temel Faktörler	52
3.4.3. Otel İç Mekanlarını Tasarlama İlkeleri.....	54
3.4.4. Otellerde Kullanım Alanları	56
3.4.5. Turizm Yapılarında Mekanın Algılanması.....	66
4. KONYA ŞEHİR İÇİ OTEL ÖRNEKLERİ.....	68
4.1. Novotel Konya	68
4.1.1. Mekan Oluşumları, Kullanım Alanları.....	69
4.1.2. Mekansal Algı ve Kimlik.....	80
4.2. Bayır Diamond Hotel	83
4.2.1. Mekan Oluşumları, Kullanım Alanları.....	84
4.2.2. Mekansal Algı ve Kimlik.....	97
4.3. Grand Millennium Hotel Konya.....	101
4.3.1. Mekan Oluşumları, Kullanım Alanları.....	102
4.3.2. Mekansal Algı ve Kimlik.....	116
4.4. Bölüm Sonucu	120
5. SONUÇ	126
6. METİN İÇİ LİSTELER	131
KAYNAKLAR	132
ÖZGEÇMİŞ	135
EK 1. Novotel Konya.....	136
EK 2. Bayır Diamond Hotel.....	139
Ek 3. Grand Millennium Hotel.....	141

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1. Novotel yatak mekan dağılımı.....	81
Tablo 2. Novotel genel bilgi.....	82
Tablo 3. Bayır Diamond Hotel yatak odaları.....	93
Tablo 4. Bayır Diamond Hotel mekan dağılımı.....	99
Tablo 5. Bayır Diamond Hotel genel bilgi.....	100
Tablo 6. Grand Millennium Hotel restoran ve bar.....	105
Tablo 7. Grand Millennium Hotel toplantı salonları.....	107
Tablo 8. Grand Millennium Hotel mekan dağılımı.....	118
Tablo 9. Grand Millennium Hotel genel bilgi.....	119
Tablo 10. Otellerin genel özelliklerine göre karşılaştırma tablosu	120
Tablo 11. Otellerin kullanım alanlarına göre karşılaştırma tablosu.....	122
Tablo 12. Otellerin karşılaştırma tablosu	123

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Antalya-Alp Paşa Butik Otel görünüş.....	12
Şekil 2. İstanbul-Bosphorus Palace Hotel.....	16
Şekil 3. Dubai-Burj El Arab Süper Lüks Hotel.....	17
Şekil 4. Leang Tedongnge Mağarası.....	21
Şekil 5. Altamira mağarası.....	22
Şekil 6. Trabzon Atatürk Köşkü.....	25
Şekil 7. Woods of Net isimli oyun alanı	25
Şekil 8. Kuzey İsveç Jukkasjärvi, Ice Hotel.....	26
Şekil 9. Norveç'te çatıların görünümü	27
Şekil 10. SchwörerHaus'ta düz çatılı modern ev	27
Şekil 11. Mardin evleri örneği	27
Şekil 12. Tarihi Rize konakları	27
Şekil 13. Avrupa Uzay Teknolojileri Kültür Merkezi	28
Şekil 14. Helix Hotel.....	28
Şekil 15. Atlantis Palmiye.....	29
Şekil 16. Dubai Operası	29
Şekil 17. Burç Halife, Birleşik Arap Emirlikleri.....	29
Şekil 18. Tac Mahal, Hindistan.....	30
Şekil 19. Sidney Opera Binası, Avustralya.....	30
Şekil 20. Hollanda Marken Köyü	30
Şekil 21. Hotel Hilton Gyeongju.....	34
Şekil 22. Hilton Garden Inn, Konya	34
Şekil 23. Hollanda evleri.....	35
Şekil 24. Patrick Roger Chocolatier, Paris.....	35
Şekil 25. Haydar Aliyev Kültür Merkezi, Zaha Hadid	38
Şekil 26. Fournier Street (Shoreditch)	38
Şekil 27. Dubai-Burj El Arab Super Lüks Hotel	41
Şekil 28. Shangai-Grand Hyatt Hotel.....	41
Şekil 29. İspanya-Reads Hotel iç mekân görsel algıda renk kullanımı.....	42
Şekil 30. Sıcak soğuk renklerin ısı algılamasına etkisi	42
Şekil 31. İşitsel algı etkisi	43

Şekil 32. Kuggen Binası-Göteborg, İsveç.....	45
Şekil 33. Spectrum apartmanı - Box Hill, Avustralya	45
Şekil 34. Görsel yolla mekan algısı yaratma.....	45
Şekil 35. Sıcak soğuk renk kullanımı.....	46
Şekil 36. Gaudi'nin doku kullanımı	47
Şekil 37. Doğal Ahşap, Frank Gehri, Interior Design Show, 2008.....	47
Şekil 38. İspanya-Hotel Marques De Riscal	48
Şekil 39. Işığın algıya etkisi	49
Şekil 40. Raffles, Singapur.....	57
Şekil 41. Stüdyo M Hotel, Singapur	58
Şekil 42. Novotel giriş	69
Şekil 43. Novotel giriş yarı açık alan	70
Şekil 44. Novotel lobi	70
Şekil 45. Novotel lobi	71
Şekil 46. Novotel lobi aydınlatma.....	71
Şekil 47. Novotel yeme-içme mekanı, mozaik detayı.....	72
Şekil 48. Novotel yeme-içme mekanı, beton detayı	72
Şekil 49. Novotel yeme-içme mekanı	73
Şekil 50. Novotel bar.....	73
Şekil 51. Novotel bar, duvar detayları	73
Şekil 52. Novotel çok amaçlı salon.....	74
Şekil 53. Novotel çok amaçlı salon, bölünebilir seperatör.....	74
Şekil 54. Novotel toplantı salonu	74
Şekil 55. Novotel spa ve spor salonu	75
Şekil 56. Novotel mescid ve abdesthane.....	76
Şekil 57. Novotel dinlenme odası	76
Şekil 58. Novotel sauna, buhar odası, hamam	76
Şekil 59. Novotel havuz	77
Şekil 60. Novotel çelik konsüriksiyonlu merdiven	77
Şekil 61. Novotel asansörleri	77
Şekil 62. Novotel spa holleri.....	78
Şekil 63. Novotel yatak odası.....	78
Şekil 64. Novotel yatak odası.....	78

Şekil 65. Novotel engelli yatak odası.....	79
Şekil 66. Novotel engelli yatak odası wc	79
Şekil 67. Bayır Diamond Hotel Giriş.....	84
Şekil 68. Bayır Diamond Hotel asansör giriş ve aydınlatma	84
Şekil 69. Bayır Diamond Hotel lobi.....	85
Şekil 70. Bayır Diamond Hotel lobi oturma mekanları	85
Şekil 71. Bayır Diamond Hotel asma kat.....	86
Şekil 72. Bayır Diamond Hotel yeme-içme mekanları	86
Şekil 73. Bayır Diamond Hotel çok amaçlı salon	87
Şekil 74. Bayır Diamond Hotel çok amaçlı salon detayları	87
Şekil 75. Bayır Diamond Hotel toplantı salonları.....	88
Şekil 76. Bayır Diamond Hotel spa karşılama mekanı	88
Şekil 77. Bayır Diamond Hotel spa karşılama mekanı	89
Şekil 78. Bayır Diamond Hotel hamam	89
Şekil 79. Bayır Diamond Hotel spor salonu	89
Şekil 80. Bayır Diamond Hotel havuz	90
Şekil 81. Bayır Diamond Hotel buhar odası, sauna	90
Şekil 82. Bayır Diamond Hotel dinlenme odası.....	90
Şekil 83. Bayır Diamond Hotel mescid ve abdesthane	91
Şekil 84. Bayır Diamond Hotel asansör bekleme alanı.....	91
Şekil 85. Bayır Diamond Hotel merdiven.....	92
Şekil 86. Bayır Diamond Hotel duvar detayı ve kat holü	92
Şekil 87. Bayır Diamond Hotel asansör	92
Şekil 88. Bayır Diamond Hotel kral dairesi yatak odası giriş ve oturma birimi.....	93
Şekil 89. Bayır Diamond Hotel yatak odası.....	94
Şekil 90. Bayır Diamond Hotel wc	94
Şekil 91. Bayır Diamond Hotel kral dairesi yatak odası giriş ve oturma birimi.....	95
Şekil 92. Bayır Diamond Hotel kral dairesi yatak odası.....	95
Şekil 93. Bayır Diamond Hotel kral dairesi wc	95
Şekil 94. Bayır Diamond Hotel kral dairesi oturma ve toplantı salonu	96
Şekil 95. Bayır Diamond Hotel kral dairesi çalışma ve spor mekanı	96
Şekil 96. Grand Millennium Hotel giriş.....	102
Şekil 97. Grand Millennium Hotel lobi	103

Şekil 98. Grand Millennium Hotel oturma mekanları	103
Şekil 99. Grand Millennium Hotel oturma ve çok amaçlı kullanılan mekanı	104
Şekil 100. Grand Millennium Hotel bar.....	104
Şekil 101. Grand Millennium Hotel yeme-içme mekanı	106
Şekil 102. Grand Millennium Hotel toplantı salonu	106
Şekil 103. Grand Millennium Hotel spa karşılama ve bekleme mekanı.....	108
Şekil 104. Grand Millennium Hotel tuz odası, sauna, buhar odası.....	109
Şekil 105. Grand Millennium Hotel hamam	109
Şekil 106. Grand Millennium Hotel dinlenme mekanı	110
Şekil 107. Grand Millennium Hotel spa holleri	110
Şekil 108. Grand Millennium Hotel spor salonu ve vıp spa mekanı	111
Şekil 109. Grand Millennium Hotel havuz ve bar	111
Şekil 110. Grand Millennium Hotel asansör ve kat holü	112
Şekil 111. Grand Millennium Hotel yatak odası.....	112
Şekil 112. Grand Millennium Hotel wc	113
Şekil 113. Grand Millennium Hotel ütü masası ve yatak odası kapıları.....	113
Şekil 114. Grand Millennium Hotel kral daire yatak odası	114
Şekil 115. Grand Millennium Hotel kral daire giriş ve oturma mekanı.....	114
Şekil 116. Grand Millennium Hotel kral daire wc	115
Şekil 117. Grand Millennium Hotel kral daire soyunma odası ve sauna.....	115
Şekil 118. Grand Millennium Hotel mermer tabloları	116

SİMGELER DİZİNİ

Simge	Açıklama
m	Metre
cm	Santimetre
m ²	Metrekare
km	Kilometre

KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltma	Açıklama
CNC	Computer Numerical Control / Bilgisayar Destekli Nümerik Kontrol
MDF	Medium Density Fiberboard (Lifli levha)
BTB	Bağlayıcı Tarife Bilgisi
AVM	Alışveriş Merkezi

1. GİRİŞ

İnsanın varoluşu ile ortaya çıkan barınma ihtiyacı ve mekan oluşturma süreci ile mimari oluşum başlamaktadır.. İlkçağlarda tehlikelerden korunma içgüdüğü, iklim şartları, yaşam şartlarına uygun çevre oluşturma zorunluluğu ile mekan ortaya çıkmıştır. Zamanla coğrafi şartlar, kültür, ekonomik şartlar, bulunduğu dönemle birlikte mekanın oluşmasında etkili olan birçok faktör ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte işlevsellik faktörü, ihtiyaç ve kullanım amaçlarının farklılaşmasıyla gelişim göstermeye başlamıştır. Her dönem belli ihtiyaçları karşılama amacı ile çeşitlenmiş ve farklı işlevlere sahip yapılar oluşmaya başlamıştır.

Mekan kavramı, insanların yaşam alanı oluşturmaya çalışmasıyla ortaya çıkmıştır. Anne karnında belirli bir alan içinde büyüyen bir bebek, doğduktan sonraki büyüme evresinde de bu sınırlı alan oluşturma gereksinimi hissetmeye devam etmektedir. Evcilik oynayan bir çocuk, belirli elemanlarla çevreden ayrılarak sınırlı bir alan içinde oyun oynamaktadır. Aslında çocuğun yaptığı hareket, kendini güvende hissettiği sınırlı bir hacim yaratma iç güdüsü olmaktadır. Bu iç güdü ile hareket edilerek bazen bir doku farklı ile, bazen bir renk farklı ile, bazen aydınlatma faktörleri ile, bazen de koku ile mekanda bir ayrıştırma yapılabilmektedir. Bu sınırlar net çizgilerle ayrılmamış olsa bile, kullanıcı duyu organlarının da yardımıyla algılar ve ayırmaktadır.

Belirli sınırlarla oluşturulan mekanlar; yaşanan döneme, o dönemde bulunan malzeme çeşitliliğine, coğrafi koşulların sunduğu olanaklar gibi bir çok sebeple toplumlarda ortak bir dil oluşturması ile birlikte mekan kimliğinin temeli de bu şekilde oluşturulmuştur. Mekan kimliğinin oluşmasıyla, bir mekanı diğerinden ayrılması ve fark edilmesini sağlamıştır. Mekana anlam kazandırma ve mekanı tanımlama olarak düşündüğümüzde; mekanı etkisi altına alabilen kendini hissettiren, anlamlı hale getiren güçlü bir tasarım oluşturulmaktadır.

Geçmişten günümüze doğru kendini tekrar eden, birbirine benzeyen, değişimden ve farklılıktan uzak görüntü de olan mekanlar çoğalmıştır. Birbirine benzer mekanlar arasında kendi kimliğini bulup koruyan, dikkat çeken mekanlar önem kazanmış ve akılda kalarak diğerlerinden ayrılmaktadır. Kimlik bir kişiye aidiyetlik

kazandırmaktadır. Mekânsal kimlik de mekan özgünlüğünü temsil eder. Kullanıcı ne kadar mekan üzerinde hakimiyet kurarsa, mekan kimliği de bir o kadar güçlenmektedir.

Tasarımcı ve kullanıcının mekan kimliği oluşumundaki rolü oldukça etkilidir. Mekan tasarımlarında, tasarlayan kişi kadar kullanıcı kimliği de büyük önem taşımaktadır. Mekanlar kullanıcıların kullanımı ile şekillenir. Mekan tasarlanırken kullanıcıların kim olduğu büyük önem taşımaktadır. Kullanıcı ve kullanıcının istekleri doğrultusunda kullanıcı odaklı tasarım süreci çerçevesi ile mekan oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Mekan kullanıcı algısı ile farkındalık kazanmaktadır. Her mekan, kullanıcının algısı ile özgün karakterlere sahiptir. Mekanların görsel algılanması sürecinde mekanı kurgulayan bir çok etken kullanıcı algısını etkilemektedir.

Günümüzde büyük bir öneme sahip olan oteller, farklı kültür yapılarına ve kimliklere sahiptir. Oteller içinde kimlik kavramı büyük önem kazanmaktadır. Diğer otellerden ayrılarak kendini ön planda tutabilmesi, kullanıcı algısında kalabilmesi noktasında kimliğe ihtiyaç duyarlar. Otel işletmecilerinin dikkate aldığı önemli konular ile tasarımcının otele kattıkları bir bütün olarak hizmet vermektedir. Kullanıcı tarafından hissedilmesi ve algılanmasını sağlayan aslında kişinin tasarımdan etkilenmesidir. Bir otelin kullanıcı algısındaki kalıcı faktörü de mekan tasarımını oluşturmaktadır.

Bu çalışmada üzerinde durulacak konu, mekan ve kimlik ilişkisi, kimlikli mekanların beraberinde getirdiği tasarımcı ve kullanıcı algısı olmaktadır. Bu kavramlar seçilmiş üç otel örneğinde incelenerek, iç mekanın tasarım ilkelerini belirlemek, oluşan kimliklerin kullanıcı algısı ile mekan kimliğinin etkisi araştırılması bu bağlamda karşılaştırması yapılmaktadır. Otellerin oluşturduğu kimliklerin mekana yansıtılabilmelerinin kullanıcı algısında yeri ve önemi araştırmanın temel amacı olmaktadır. Otelin kimliği ne ölçüde mekana yansıtılabilmiş ve kullanıcı bu kimliği mekanda ne ölçüde algılayabilmektedir. Kimlik ve algının bir bütünlük oluşturarak mekana yansıtılması, tezin konusu için önemli bir değer oluşturmaktadır.

Tez çalışmasında literatür taraması, örnek uygulamalar araştırılması ve alan araştırması yöntemleri üzerinde durularak ilerlenmiştir. Tez çalışması hazırlanırken öncelikle literatür araştırması ile tanım ve kavramlar saptanmıştır. Çalışmada adı geçen mekan kavramı, kimlik kavramı, mekansal algı gibi kavramlar ile ilgili kitap, makale ve tezler araştırılarak incelenmiştir. Kavramların birbirleri ile ilişkileri üzerinde durularak buna

göre araştırmalar karşılaştırılmış ortak bir sonuç elde edilmiştir. Kaynak araştırması tarama metodu ile yapılmıştır. Kavramlar üzerinde durulacak otellerin projelerine ulaşabilmek adına gerekli izinler alınmıştır. Konu ile ilgili tezler, makaleler, kitaplar, dergiler, internet kaynakları incelenerek yazılı ve görsel kaynaklara ulaşım sağlanmıştır. Araştırma konusu olan oteller, detaylı Şekilde incelenerek fotoğraflanmıştır. Tez alışması sonucunda turizm işletmecilerine yol göstermesi üzerine yardımcı bir kaynak/belge oluşturması ayrıca yeni tez projelerinin oluşturulmasına kaynak olması amaçlanmıştır.

Araştırma beş ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde tezin konusu, kapsamı, önemi, özgün değeri, amaçları ve yöntemlerden bahsedilmiştir. İkinci bölümde konaklama tesisleri ve otel işletmeleri üzerinde durularak konaklama tesislerinin türleri, otel işletmelerinin gelişim süreçleri, otel mekan tasarımlarının sınıflandırılmalarına yer verilmiştir. nc bölümde otel i mekanlarının tasarım süreçleri, tasarımında rol oynayan etkenler, otel tasarımını etkileyen temel faktörler ve kullanım alanları incelenmiştir. Mekan, kimlik ve algı kavramları üzerinde durularak mekan oluşumunu etkileyen faktörler, mekan tasarımında kullanıcı ve tasarımcı özellikleri, kurumsal kimlik, mekan kimliği oluşumunu etkileyen faktörler, mekan kimliği tasarımında kullanıcı ve tasarımcı özellikleri, algı türleri, mekanın algılanmasında etkili olan tasarım ögeleri, turizm yapılarında mekanın algılanması konularından bahsedilmiştir. Dördüncü bölümde Konya ilinde son dönemde inşa edilen Novotel, Bayır Diamond Hotel ve Grand Millennium Hotel rneklerinin otel hakkında genel bilgileri açıklanmış, mekan oluşumları, kullanım alanları incelenmiştir. Mekan tasarımlarının incelenmesi ile birlikte oluşturduğu kimliğin, algıda bıraktığı etkisi ortaya konulmuştur. Mekânsal algı ve kimlik oluşumu her bir otelde ayrı olarak incelenmiştir. Dördüncü bölüm sonunda hazırlanan tablolar ile incelenen otellerin birbirleri ile karşılaştırılması yapılmıştır. Son olarak beşinci bölümde araştırma hakkında genel çıkarımlar ortaya konulmuş, mekânsal algı ve kimlik konuları incelenen oteller üzerinde vurgu yapılarak değerlendirmesi yapılmış, araştırmalar sonrasında ulaşılan sonuçlar bir araya getirilmiştir.

2. KONAKLAMA TESİSLERİ VE OTEL İŞLETMELERİ

Konaklama tesisleri, gerekli istek ve ihtiyaçlara göre şekillenerek turistik dikkat çekiciliği ile birlikte müşterilerin dinlenme, yiyecek-içecek, eğlence, geceyi geçirme gibi ihtiyaçlarını karşılayan tesisleri oluşturmaktadır.

2.1. Konaklama Tesislerinin Türleri ve Otel İşletmelerine Genel Bakış

İnsanların ilk çağlardan bu zamana kadar yolculuklarında konaklama ihtiyacı süregelmiştir. Bu bağlamda Türklerdeki konaklama işletmelerinin geçmişi, Selçuklular ve Osmanlılar tarafından inşa edilen, dünyanın birçok yerlerinde farklı çeşitlerde hanlar ve kervansaraylar ilk örnekleri olarak görülmektedir. Turistik bir çekiciliğe sahip olan hanlar ve kervansaraylar, müşterilerin geceleme, yiyecek ve içecek aynı zamanda eğlence gereksinimlerinin karşılandığı bir mekan haline dönüşerek gelişim göstermektedir.

Konaklama tesisleri, 19. Yüzyıldan itibaren mekanlar olarak çeşitlilik kazanmaktadır. Bireylerin geceleme yapabileceği, yiyecek ve içecek hizmetlerinden yararlanabileceği ve rekreatif faaliyetlere katılabileceği konaklama tesisleri, turizm sektörünün gelişimi açısından misafirlerin memnun edilmesi önem arz etmektedir. Bu nedenle konaklama tesislerinde, turistlerin memnuniyetin sağlanması açısından verilen hizmet ve koşullar çok önemli olmaktadır. Dolayısıyla konaklama tesisleri, günümüzde misafirlerine vermiş olduğu hizmet çeşidi ve tesisin konumuna göre türlere ayrılmaktadır. Tatil köyleri, hosteller, apart oteller, moteller, pansiyonlar, otel ve kampingler olarak konaklama tesislerini sınıflandırmak mümkün olmaktadır (Önder,1995).

Konaklama tesislerinin sınıflandırılması, misafirlere geceleme sağlayan tesisler ile sosyal reaksiyonel vb. amaçları destekleyen aynı zamanda geceleme hizmeti veren tesisleri belirlemektedir. Bu bağlamda asli konaklama tesisleri ve tamamlayıcı konaklama tesisleri olarak sınıflandırmak mümkün olmaktadır. Yeme ve yatma fonksiyonunun olduğu asli konaklama tesislerine motel, otel, pansiyon olmakla birlikte yeme-yatma ve fonksiyonlarla desteklenen tamamlayıcı tesislere apart otel, tatil köyü, hostel olarak sınıflandırılmaktadır (Önder, 1995).

Konaklama tesisleri sadece geceleme sağlayan tesislerle birlikte farklı amaçları da beraberinde getiren tesisler olarak sınıflandırılmaktadır. Bu tesisler;

- **Otel:** Müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını sağlamakla birlikte yeme-içme, spor, eğence gibi gereksinimlerini kapsayan tesisler bütünüdür.
- **Moteller:** Yerleşim merkezleri dışında, karayolları güzergahı veya yakın çevrelerinde konumlandırılan aynı zamanda motorlu araç ile yolculuk yapanlar için konaklama, yeme-içme ve araçlarının park ihtiyaçlarını karşılayan minimum on odalı tesisler bütünüdür.
- **Tatil köyleri:** Doğal güzellikler içerisinde konaklama yanında çeşitli spor, eğence ve satış hizmetlerinde sunulduğu yaygın yerleşim düzeninde maksimum üç katlı yapılardan oluşan ve minimum seksen odalı tesisler bütünüdür.
- **Pansiyonlar:** Yeme ihtiyaçlarının idare tarafından sağlanabildiği veya müşterinin kendi hazırlama imkanının sunulduğu, minimum beş odalı tesisler bütünüdür.
- **Kampingler:** Karayolları güzergahları ve yakın çevrelerinde deniz, göl, dağ gibi doğal güzelliklerle iç içe konumlandırılan, müşterinin kendi olanakları ile geceleme, yeme-içme, dinlenme, eğence ve spor ihtiyaçlarını karşıladıkları minimum on ünitelik tesisler bütünüdür.
- **Apartment oteller:** Konaklama tipi apartman yada villa şeklinde olan, kendi yeme-içme ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için gerekli donatıların sunulduğu otel olarak işletilen tesisler bütünüdür. Apartment otellerde gecelik fiyat verildiği için kişi sayısı arttıkça kişi başına maliyet düşmektedir. Bu bağlamda geniş bir yapıya sahip olmasının da etkisi ile kalabalık aileler tarafından tercih edilmektedir.
- **Hosteller:** Gençlik turizmine hizmet veren, düşük bütçe ile seyahat etmek isteyen gezginci yada öğrenciler için uygun konaklama imkanı sunarak bu bağlamda yeme-içme hizmeti veren veya kendi hazırlama imkanı sunan tesisler bütünüdür.

2.2. Otel işletmeleri ve Gelişimi

Otel terimi günümüzde yer edinmiş tanımını belirli bir ücret karşılığında turistlere yemek ve konaklama hizmetinin verildiği bir tesis olarak bilinmektedir. Otel kelimesi, Latince misafirhane "hospitale" kelimesinden gelen Fransızca da kökeni "Hotel" kelimesinden gelmektedir. Hotel, yolcular için konaklama imkanı sağlayan lokanta, toplantı odaları, spor ve eğlence tesislerine sahip yapı ve kuruluşlar olarak tanımlanmaktadır. Fransızca kökenli olan otel kelimesi Fransızların 18.yüzyılda otelciliği ilk kez uluslararası platforma taşıyarak otelcilik sektörüne öncü olmuştur. Osmanlı döneminde ise otele eş değer funduk, han, mihmanhane gibi isimler kullanılmaktadır.

Günümüz otel kavramı, seyahat edenlere yatak ve hizmet sunan bir yapının dışında, masaj odaları, havuz, sinema, gece kulüpleri formunda rahatlatma ve dinlenme mekanı haline dönüşmektedir. Bireylerin beklentilerinin karşılandığı, konaklama sonunda bireylerin mutluluğun amaçlandığı, eğlence sektörü ve iş dünyasına hizmet veren bir sektör haline gelmektedir.

Konaklama, turizmin gelişiminde rol oynayan en önemli unsur olmaktadır. Bu bağlamda konaklama tesislerinin işletmeleri içerisinde en önemli grubu oteller oluşturmaktadır. Konaklama işletmesinin ilk çağdaş örnekleri olarak Orient Express'in İstanbul'a yönelik tren seferleri sırasında olmaktadır. O yıllar içerisinde İstanbul'da pek çok konaklama tesisinin işletmeye açıldığı görülmektedir. 1982 yılında inşa edilen modern ilk konaklama tesisi Pera Palas'tır. Bu bağlamda ilk elektrikli asansöre sahip olan bu otel, baloları ve davetleri ile İstanbul'un sosyal yaşantısında büyük bir öneme sahip olmaktadır. 1974'te otelin dış cephesi restore edilerek 145 odası bugün hizmet sunmaya devam etmektedir. Aynı zamanda uluslararası otel zinciri olarak Türkiye'de ilk kez kurulan ve modern Türk turizminin başlamasına öncülük eden konaklama işletmesi İstanbul Hilton Oteli olmaktadır (Dinçer ve Dinçer 1989: 3; Kozak vd., 2014: 115). Bu otel 1950 li yıllar içerisinde İstanbul'da modern bir otele ihtiyaç olduğu düşünülerek Sedat Hakkı Eldem tarafından tasarlanmıştır. O dönemin en lüks odaları, restoranları ve salonları ile Türkiye turizminin gelişiminde büyük bir katkısı olmuştur. Bu bağlamda sonraki yıllarda bu otele bağlı kalınarak daha nitelikli otellerin inşa edilmesine önemli bir yer tutmaktadır. 20.yüzyılın ilk yarısından sonra bireylerin gelir seviyesi yükselme ile birlikte seyahat eden kesim yapısında değişimler gözlenmektedir.

Bu durumun sonucunda lüks otellerle birlikte vasat oteller de inşa edilmiştir. Dolayısıyla oteller gelişim süreci içerisinde, günümüzde çağdaş sosyal yaşamın vazgeçilmez bir parçası olmaktadır (Aktaş,1989).

Teknolojik koşulların gelişimi ile birlikte otel misafirlerinin beklentisinin artması sonucu farklı gereksinimler ortaya çıkmaktadır. Gelişim sürecinde otel büyüklükleri yatak sayısı ile belirlenirken, bu sınıflandırma yetersiz kalmaktadır. Dolayısıyla bireylerin yeni taleplerini karşılamak amacıyla otel mekanların tasarımı farklı sınıflandırmalara ayrılmaktadır.

2.2.1. Otel Mekan Tasarımında Nitelik Sınıflandırması

Belediye Belgeli ve Turizm İşletme Belgeli olmak üzere iki şekilde sınıflandırılır.

(1) Belediye belgeli otellerin, faaliyetleri belediye tarafından denetim altındadır, fiyatları da belediyeler tarafından belirlenmektedir.

(2) Turizm işletme belgeli oteller, Turizm Bakanlığı'nın denetimi altında faaliyetlerini devam ettirmektedirler.

Turizm Bakanlığı'nın yayınladığı Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği'ne göre Türkiye'de otel işletmeleri bir yıldızlı, iki yıldızlı, üç yıldızlı, dört yıldızlı ve beş yıldızlı olmak üzere sınıflandırılmakta ve bunların taşımaları gereken özellikler belirtilmektedir (Öztekin H, İlhan İ, 1994).

Otellerin sınıflandırılması Turizm Teşvik Kanunu'na göre yıldızlandırma sistemine göre yapılmaktadır. Sınıflandırma sırasında kriter olarak otellerin elinde bulunduğu ekipman ve donanımlarına göre kabul edilmektedir. Bu bağlamda oteller bir yıldızlı, iki yıldızlı, üç yıldızlı, dört yıldızlı, beş yıldızlı ve özel nitelikli/butik oteller olarak 8 isimlendirilmektedir. Otellerin yıldız isimlendirilmesi, pazarlama, tanıtım işlemleri ve ücretlendirme sırasında önem kazanmaktadır.

- Bir Yıldızlı Oteller

En az 10 oda kapasiteli ve aşağıdaki nitelikleri kapsayan oteller bir yıldızlı olarak isimlendirilmektedir (Turizm Mevzuatı, 1982).

- Otelin gidişatıyla ilgilenen bir yönetim bölümü bulunmalıdır.

- Kent içinde oda sayısının % 30`u, kent dışında % 50`si oranında oturma imkânı sağlayan oturma salonu ve salon kapasitesinin en fazla %50`sine hizmet verecek şekilde wc`ler bulunmalıdır.
- Otelin girişinde rüzgarlık, otelin kapasitesine uygun düzenlenmiş bir resepsiyon, misafirlerin bekleme alanını kapsayan telefon hizmetinin verildiği lobi ve vestiyerden oluşan bir hol olmalıdır.
- Otel içerisinde kahvaltı salonu ve kahvaltı ofisi bulunmalıdır.
- Otel içerisinde lokanta yok ise büfe hizmeti olmalıdır.
- Otel odaları içerisinde yer alan mahaller ve yatak odaları döşemeleri tamamen kaplayan nitelikli malzemeler kullanılmalıdır (halı, seramik gibi).
- Otelin kat sayısının üçten fazla olması halinde misafirlerinin ineceği veya çıkabileceği özel kapasitesi ile orantılı misafir asansörü bulunmalıdır.
- İlk yardım malzemeleri ve gereçleri ve emanet eşyalar için dolap bulunması gereklidir.

- İki Yıldızlı Oteller

En az 20 oda kapasiteli, bir yıldızlı oteller için aranan özellik ve hizmetlerle birlikte aşağıda belirtilen hizmetlerin tamamını kapsayan iki yıldızlı tesislerdir (Turizm Mevzuatı, 1982).

- Otel içerisinde oturma salonu ve bağımsız bar düzenlemesi yapılmalıdır.
- Otel içerisinde kat hizmeti için ofis ve dolap olmalıdır.
- Bir yıldızlı otellerde bulunan yönetim odası dışında ilave bir yönetim odası bulunmalıdır.
- Otelin bulunduğu konum ve iklim koşullarına göre odaların içerisinde klima sistemi olmalıdır.

- Odalarda telefon bulunmalı ve telefon santral bölümü oluşturulmalıdır.
- Odaların sayısının % 25'ine hizmet verebilecek şekilde şifreli ve çift anahtarlı kasa gibi müşteriye emanet hizmeti verilen bir düzenleme olması gereklidir.
- İlk yardım malzemeleri ve gereçleri için özel bir dolap gereklidir.
- Otel kapsamında kullanılan malzemeler nitelikli olmalıdır.(halı, seramik gibi)
- Üç Yıldızlı Oteller

En az 40 odası bulunan üç yıldızlı oteller, iki yıldızlı oteller için aranılan özellik ve hizmetlerle birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri kapsamaktadır (Turizm Mevzuatı, 1982).

- Otel içerisinde ana girişte kişi başına düşen 1.2 metrekare olmak üzere 50 kişilik çok amaçlı salon ve buna bağlı olarak fuaye kısmı ile WC bulunması gereklidir.
- Kafeterya veya alakart servisi olan ikinci sınıf lokanta olmalıdır.
- Otel yatak odalarında TV ve müzik yayını yapan tesisat olmalıdır.
- Otelin konumu ve iklimine bağlı olarak odalarda ısıtma ve soğutma tesisatı bulunmalıdır.
- Otel odalarında banyolarda saç kurutma makinası olması gereklidir.
- Otel içerisinde çamaşır yıkama ve ütüleme hizmeti olması gereklidir.
- Dört Yıldızlı Oteller

Üç yıldızlı oteller için aranılan özellik ve hizmetlerle birlikte aşağıdaki belirtileri kapsayan en az 80 odalı oteller, dört yıldızlı oteller olarak bilinmektedir (Turizm Mevzuatı, 1982).

- Otel içerisinde kapasitesine uygun servis girişi, servis odası ve telefon kabinleri ve satış bölümlerinin bulunduğu kabul holü bulunmalıdır.
- Otel odasında kıymetli eşya kasası, mini bar ve TV bulunmalıdır.

- Otelin her katında ofis düzenlemesi yapılmalı ve servis asansörü ile bağlantısı olmalıdır. Bu bağlamda ayırık yerleşim düzenlemelerinde, hizmet aksamadan her birimin her katta bulunma zorunluluğu yoktur.
- Yerleşim merkezinde bulunan otellerde 06:00 - 24:00 saatleri arasında oda servisi yapılmalıdır.
- Otel içerisinde kuru temizleme servisi ile gerektiğinde hizmet verebilecek terzi birimi bulunmalıdır. Aynı zamanda doktor ve hemşire hizmetinin verildiği ilkyardım araç ve gereçleri bulunan bir revir düzenlenmelidir.
- Otelde çalışan personel sayısının en az % 15'i, konusunda eğitim almış kişiler olmalıdır.
- Otel içerisinde berber ve kuaför salonları oluşturulmalıdır. Aynı zamanda en az 40 metrekare büyüklükte aletli jimnastik, aerobik veya bilardo salonu, alarm sistemi bulunan sauna, türk hamamı, mini golf, tenis veya voleybol sahası, bowling salonu, go-kart pisti, kayak ve deniz sporları, squash salonu veya benzeri imkânlar sağlayan ünitelerden en az üç adedi bulunmalıdır.
- Otel içerisinde kapalı veya açık yüzme havuzu, konferans salonu, salon ile bağlantılı en az iki çalışma odası, sekreterlik, telefon ve bilgisayar ve büro hizmetlerine yönelik çalışma salonu, tiyatro, sinema etkinliklerinin yapılabileceği kapalı salon, gece kulübü, diskotek veya benzeri eğlence imkânı veren ayrı bir salon, pasta ve içki servisi verilen en az 100 kişilik salon bulunmalıdır.
- Otel içerisinde kafeterya ve snack bar, en az beş çeşit türk yemeğinden oluşan bir menünün de sunulduğu ikinci bir lokanta bulunmalıdır.

- Beş Yıldızlı Oteller

En az 120 odalı olan , yapısı, yerleşme durumu, donatım, iç mimarı uygulama ve hizmet koşulları olarak üstün özellikler gösteren beş yıldızlı otellerdir. Dört yıldızlı oteller için aranan özellik ve hizmetlerle birlikte aşağıdaki özellikleri kapsayan oteller, beş yıldızlı otellerdir (Turizm Mevzuatı, 1982).

- Dört yıldızlı oteller için istenilen özelliklerin, son sekiz maddesinden en az altısını sağlaması gereklidir.
- Otel misafirlerinin ineceği ve çıkabileceği kart sayısının birden fazla olması gereklidir. Aynı zamanda otelin kapasitesine orantılı müşteri asansörleri ve servis merdiveni bulunmalıdır.
- Otel odalarının en az % 20'si kadar park yeri ve kapalı otopark olması gereklidir.
- Otel işletmenin kapasitesine uygun büyüklükte yüzme havuzları bulunmalıdır.
- Banyo içerisinde küvet bulunmalıdır. Aynı zamanda acil durumlar için resepsiyon bağlantılı telefon bulunmalıdır.
- Otel odaları banyo hariç 20 metrekarenin üzerinde sağlanmalı, uluslar arası standartlara uygun düzenlemesi yapılmalıdır. Yatak odalarında ses geçirmezlik oluşturulmalıdır. Otel içerisinde çok amaçlı salonlar ve 3 çalışma odası, sekreter ve simultane tercüme hizmetleri, 100 kişilik kongre salonu oluşturulmalıdır.
- Otel içerisinde uydu ve video yayınları imkanı sağlanmalıdır. Aynı zamanda 24 saat oda servisi olmalıdır.
- Alakart 3 ayı yiyecek ünitesi olması gereklidir.

- Özel Nitelik / Butik Oteller

Özel sınıf statüsüne sahip otellerin, nitelikleriyle ilgili yasal bir kaynakta açıklama yapılmamaktadır. Bu bağlamda bulunluğu yer ve konum itibari ile bu statü de olmaya uygun görülen, beş yıldızlı otellerdeki özellikleri kapsayan niteliklerin hepsini taşıyan özel nitelikte oteller olarak isimlendirilmektedir.

Özel sınıf statüsüne sahip olan otellerin işletme becerisi büyük öneme sahip olmaktadır. İyi işletilen bir otelin özelliği temiz ve kategorideki diğer otellere göre rahat ve konforlu olmaktadır. Otel misafirlerinin beklentisi üzerinde hizmet verilmesi, özel nitelikli otel ünvanına sahip olmasını sağlamaktadır.

Özel sınıf statüsüne sahip otellerin yapı, çevre, sokak, doğa, sanat, yöre, tarih gibi özellikleri bulunmaktadır. Aynı zamanda özgünlük, uluslar arası şöhret, üstün hizmet gibi nitelikleriyle işletme özelliği arz eden tesisleri oluşturmaktadır. Bu bağlamda mimari tasarım olarak, yapısal özelliği, dekorasyon ve kullanılan malzeme yönünden özgünlük arz etmektedir. Dolayısıyla özel sınıf statüsüne sahip olan oteller, işletme ve servis yönünden yüksek kalitede hizmet verilen otelleri oluşturmaktadır.

Küçük yapıya sahip olan butik oteller, seçkin müşterileri için 5 yıldızlı otel konforu sağlayabilen, farklı misafir profillerine hitap eden oteller olarak bilinmektedir. Bu bağlamda butik oteller son yıllarda çok fazla ilgi görmeye başlanmaktadır. Butik Otellerin diğer özelliği Bakanlığı'ndan Özel Belgeli İşletme statüsü almış olmalarıdır (www.egelife.com). Küçük, şık ve konforlu butik oteller 15-20 oda kapasitesine sahiptir. Üst düzey yerli, yabancı turisti çekebilen, gelen misafirleri evinde gibi hissettirebilen bu otel yatırımcıların yeni gözdesi olmaktadır. Aynı zamanda butik oteller bölge konseptini arayan misafirler için ideal konaklama tesislerinden birini oluşturmaktadır (www.turizmhabercisi.com). Yatırımcıların tercih etmiş olduğu şekilde konaklama merkezleri oluşturulursa, özel nitelikli oteller ya da butik oteller-kimlik kazanmış oteller yerine klasik benzer konseptte turizm konaklama tesisleri oluşturulmaya devam edilmektedir.



Şekil 1. Antalya-Alp Paşa Butik Otel görünüşü

(Kaynak: Öktem, 2007)

2.2.2. Otel Mekan Tasarımında Kullanım Amacına Göre Sınıflandırma

Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına otellerin kullanım amaçlarını sınıflandırılması amaçlanan bir eylemi oluşturmaktadır. Bu bağlamda en çok kullanılan otel tipleri, dinlenme otelleri, kongre ve toplantı otelleri, casino oteller, spa oteller ve

diğer amaçlı oteller olarak ayrılmaktadır. Günümüz şartları içerisinde müşterilerde çeşitlilik olması sebebiyle birçok otel birden fazla amaçlar doğrultusunda kullanılmaktadır. Hizmet verebilmesi amaçlanan otelin, yıl boyunca kullanım süresi ve yoğunluğunu etkileyen bir faktör olmaktadır.

- Dinlenme Otelleri

Dinlenme amacıyla inşa edilen bu oteller, daha uzun süreli konaklama yapmak isteyen misafirler için hizmet vermektedir. Dinlenme otellerinde misafirler için her türlü konfor ve donanım bulundurması, istek ve ihtiyaçlara karşılık vermesi, yerli ve yabancı turistlerin bu oteli tercih etmesinde büyük bir katkısı vardır. Şehir hayatı insanlarda uzaklaşma ve dinlenme ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla bu ihtiyaçları karşılamak için, kendilerine uygun oteli seçerek dinlenme anlayışına girmektedir.

- Toplantı, Kongre Otelleri

Kongre ve toplantı kimliği kazanmış oteller, öğrenme ,deneme ve sorunları çözmek için gerekli olan atmosferiyle otel mekanından farklı nitelikler taşıyan, geniş gruplara hizmet verebilmektedir. Aynı zamanda toplantı mekanlarıyla desteklenmiş otel tipleridir. Otellerin kongre ve toplantı kimliği ile oluşabilmesi için mimari ve tasarım aşamasında birtakım kriterler göz önünde bulundurulmalıdır. Otel odaları 200'e kadar ulaşmış, büyük kapasiteli, çok fazla kongre ve sergi salonu olan bu oteller, ulaşım açısından havaalanı yakınına inşa edilmektedir. Kongre ve toplantı kimliği kazanmış olan bu oteller, seminer ve toplantılar için video kameralar, büyük televizyon ekranları, karartma, video sistemleri, beamer gibi donanımlara sahip salonlar da hizmet verilmektedir (www.conference-Hotel.com). Dolayısıyla önemli ve büyük toplantıların gizliliği ve mahremiyeti için konferans salonları ana ulaşım arterlerinden gizlenmesi gereklidir. Aynı zamanda otele dışarıdan katılan ziyaretçileri düşünerek kitle sirkülasyonuna önem verilmelidir. Kongre ve toplantı otellerinin yararları sadece rakamsal verilerle sınıflandırılmak doğru değildir. Turizmin bu türü uluslar arası basında yankıları oldukça etkili biçimde kendini göstermektedir. Organizasyonlar ve dev kongreler tanıtım olanaklarıyla birlikte, ülkeyi ve toplantının yapıldığı kenti dünyanın gündemini oluşturmaktadır.

- Casino Oteller

Finansal yatırımı ve gelir getiren mekanlardan olan kumarhaneler, otellerden bağımsız firmalar tarafından yönetilmektedir. Otellerin kumarhane bazında casino kimliği kazanması 1950li yıllarda Las Vegas'ta başlamaktadır. (Rutes and Penner, 1985). Bu bağlamda Avrupa'da ve Türkiye'de otel formatında ayrı bir bina olarak yer alırken, Amerika'da bir otel konusunu oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu durum bazı ülkelerde, eğlence mekanlarına sınırlı sayıda giriş yapılmakta ve gelen misafirlerin mekana girişini denetleyip sınırlandırmaktadır.

Kumarhaneler, otel bünyesinde ciddi kazançlar sağlamaktadır. Bu bağlamda otel mimari tasarımı yapılırken boyutsal ve mekansal olarak ayrıntılar düşünülmektedir. Kumarhaneler, oyun alanlarının birbiriyle iç içe olması sebebiyle mekanda merkezilik oluşturmak gerekmektedir. Dolayısıyla bu işleyen sistemin kontrol kolaylığı için tek bir girişin (çift kanatlı kapı veya döner kapı) gerekmektedir.

Casino otellere gelen misafirlerin oyun masasında dikkatlerin dağılmaması için mekan içerisinde koyu iddiasız renkler ve mat kaplamalar kullanılmaktadır. Aynı zamanda ortak mekanlar gece boyunca yoğun olarak kullanıldığı için iç mimari malzeme, renk, ışık kullanımında özenle seçimler yapılması gerekmektedir. Casino otellerin güvenliğini sağlamak için denetlemeler yapılmalıdır. Güvenlik merkezi dışında her masa başında sivil görevli bulundurulmaktadır (Tekin,2002). Casino oteller, Türkiye'de yasak olduğu için bu tarz otellere yer verilmemektedir.

- Spa Oteller

Spa kavramı latince "salus per aquam" yani suyla gelen sağlık anlamı otellerde kendini göstermektedir (www.derenkimya.com). Günümüzde sağlığın önemsenmesiyle birlikte bedensel, zihinsel ve ruhsal bütünlüğün bir arada düşünüldüğü özenle hazırlanmış spa otelleri önem kazanmaya başlamaktadır. Spa kimliği kazanmış otellerin tasarlanırken amacını ve önemini vurgulamak için gerekli görülmektedir. Spa otelleri içerisinde su ve çamur terapileri, masaj işlemlerini kapsayan sağlık kürleri bulunmaktadır. Müşterilerin kendilerini iyi hissetmesi için otel bünyesinde havuzlar, saunalar, buhar banyoları, buzd odaları, aromalı banyo terapileri, yüz ve vücut bakım odaları bulunmaktadır.

Son yıllar içerisinde bireylerin ruhsal ve fiziksel sağlığının korunması, metabolizmanın güçlenmesi için spa, yoga, meditasyon bedenle barışık yaşamayı sağlamaktadır. Bu bağlamda misafirlerin bir oteli spa merkezi olduğu için tercih edebilmesi, sağlık turizmin başladığının bir göstergesi olmaktadır. Aynı zamanda sağlık üzerine kurulu spa otelleri, restoranlarda dengeli beslenmeye yönelik çeşitli besinler mevcuttur. Alınan ürünlerin doğal ve günlük olmasına dikkat edilmektedir. Modern teknolojinin gelişimiyle birlikte stres, gürültü ve yoğunluktan uzakta spa kimliği kazanmış otellerin mimari tasarımı önem arz etmektedir.

- Diğer Oteller

Bireylerin tatil ihtiyacı ve beklentilerine paralel olarak otelciliğin gelişimiyle birlikte, turizm de çeşitliliğin artmasına sebep oluşturmaktadır. Bu bağlamda dünyada konaklama tesislerinde eğlence organizasyonları ön plana çıkarak, tüketim haz alınan bir eyleme dönüşmektedir. Eğlence formatıyla hizmet veren, mimari kalite ve özgünlüğünden ödün vermeyen oteller, müşterinin “Farklı deneyimler yaşamak” talebini yerine getirmektedir. Dolayısıyla dünyada ve ülkemizde bu tip oteller çeşitlilik kazanmaya başlamaktadır.

- Dağ Oteli: Türkiye’de kayak merkezlerinin olduğu bölgelerde inşa edilmektedir. Kış oteli olarak da bilinmektedir.
- Golf Oteli: Golf oynamayı seven bunu hobi edinen insanlar için tasarlanmış otelledir. Golf mağazaları ile oyun sahaları bulunmaktadır.
- Kütüphane Otel: Kitap okumayı seven bireylerin, değişik konularda ihtiyaç duyacağı araç gereçlerle donatılmış otellerdir.
- Çocuk Oteli: Çocuklara göre düzenlemiş ve onların hayal dünyasına göre tasarlanmıştır. İngiltere’deki Sparkles Family ile Florida’daki Nickledeon Family çocuk otellerine örnektir.

2.2.3. Otel Mekan Tasarımında Oluşum Sınıflandırması

Otellerin kendi iç mekanlarında çeşitlilik açısından farklılık gösterse de tasarım aşamasında buldukları fiziksel çevreden etkilenmesi sebebiyle oluşumlarına göre sınıflandırmaya ayrılmaktadır. Bu sınıflandırmanın örneklerini restore edilmiş oteller, suit oteller, residence oteller, süper lüks oteller ve mega oteller olarak ayrılmaktadır.

- Suit Oteller

Suit oteller, devre mülklerin kiralandığı dönemde kendini göstermeye başlamaktadır. Turistler zamanla geniş otel odalarını tercih etmeye başlamaktadır. Suit oteller diğer otellere göre birçok çeşitli tasarlanmış oda tipleri mevcuttur. Yemek ve yatma, yaşam mekanları bir arada bulunarak tasarlandığı için dinlenme mobilyasına ihtiyaç duyulmamaktadır. Bazı suit oda örneklerinde yaşam bölümünde kanepeler yatağa dönüşmekte , tek veya çift kişilik yatağın yeterli olduğu görülmektedir. Ancak suit odalarda banyo ve giyinme odası daha geniş planlanmaktadır (Rutes and Penner, 1985). Misafirin ihtiyacını karşılamaya yönelik turizm konaklama tesisi, suit otellerin tasarımını minimum düzeye taşımayı amaçlanmaktadır.

- Restore Edilmiş Oteller

Turizm sektörünün düzenlenmesinin sağlanması otellerin restore edilmesiyle güncellenmektedir. Aynı zamanda tarihi yapıların işlevlendirilip otele dönüşmesiyle birlikte restore edilmiş otellerin başlığında incelenmektedir. Otelin misafirler tarafından tercih edilme sebebi, eski bir otelin iç mekan dekorasyonu açısından restore edilmesi, yeni pazar anlayışı ve yeni bir imajı oluşturmaktadır. Dolayısıyla turizm sektöründeki hareketlilik, otelin konumu, yoğunluğu ile birlikte 6 yılda bir yenilenmesi gerekmektedir (Rutes and Penner, 1985). Şekil 2’de Bosphorus Palace Hotel’in restore edilmeden önceki ve sonraki fotoğrafı bulunmaktadır.



Şekil 2. İstanbul-Bosphorus Palace Hotel

(Kaynak: Öktem, 2007)

- Residence Oteller

ABD’de kaygısız otel hayatını seçen mekan sakinleri, bu tip otellerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Mekan sahipleri, hayal ettikleri lüks yaşamı residence otelerde

bulmaktadır. Bu otellerin en önemli özelliklerinden biri uzun süreli konaklamalarda misafirlerin kendilerini ev ortamında gibi hissettikleri konforlu bir mekan yaratmaya çalışılmaktadır. Dolayısıyla Residence oteller aynı zamanda ikametgah otelleri olarak da söylenmektedir. Çok katlı yerleşim alanlarının merkezi iş bölgelerine yerleşmesi ile birlikte residence oteller geleneksel şehir içi otellerden ayrılmaktadır.

- Süper Lüks Oteller

Hizmet veren süperlüks oteller, müşteri ihtiyacına göre farklı ve çeşitli mekanlarla şehir yaşantısıyla kendini göstermektedir. Bu oteller şehre iyi bir kimlik kazanmasında etkili rol oynamaktadır. Bu bağlamda ismi gibi otellerin tasarımı en kaliteli, en iyisi ve en lüksü olmaktadır. Dolayısıyla süper lüks otellerin inşası detaylı ve çok iyi düşünülerek oluşturulan bir tasarım ve sınıf kavramlarıyla bütünleşince kusursuz bir otel ortaya çıkmaktadır. Şekil 3’de Burj El Arab Super Lüks Hotel, bu oteller için en iyi örneklerden biri olmaktadır. Otellerin yatırımcıların tasarım için ayrılan bütçe olarak yüksek rakamlara vardığı için, bu otelleri tercih edenler gelir seviyesi çok yüksek bireyler olmaktadır. Süper lüks otellerin diğer otellerden farklı olması iç mimari uygulamalarıyla kendini gösterebilmektedir. Süper lüks otellerin giriş lobileri büyük olup, yoğun trafikten uzak bir mekanda yapılmaktadır. Küçük bir lobisi olan otelerde de aynı özeni göstererek lüks olmalarını sağlamaktadır.



Şekil 3. Dubai-Burj El Arab Süper Lüks Hotel

(Kaynak: Öktem, 2007)

- Mega Oteller

Mega oteller, şehir dışında ikinci bir merkez olarak oluşturulmaktadır. Müşterilerin yeni şeyler görmeyi arzulama isteğinden doğan bu tasarım mega oteller, sınırsız imkanlar sunmaktadır. Bu bağlamda iş adamları, toplantı gruplarına, çocuk ve yetişkinlere, golf

ve tenis hobisi olan misafirlere aynı anda birçok hizmeti verebilecek yerleşimi “Mega Otel” karşılamaktadır. Mega oteller, 1000-1500 kişinin aynı anda konaklayabileceği şekilde inşa edilmiştir. Otelin çevresi de konaklama tesisi kadar göz alıcı olmaktadır. Disneyland örneğinde görülmektedir. Çocuklara yönelik yerleşim yeri ayarlayarak, sonrasında tüm konuklara hayal ettikleri dünyada eğlenmesini ve yaşamasını sağlamaktadır.

- Hip Oteller

Hip Oteller, diğer otellerden farklı olarak kendi özgün tarzını yaratabilen konaklama sistemini oluşturmaktadır. Bu oteller dünyada tasarım ve tarz açısından farklılıklar taşımakta, rafine bir yaşam sunmaktadır. Dolayısıyla otellerde kullanılan ihtiyaçlar kişiye özel sunulmaktadır. Bu otellerin tasarım amacı, konukların özel talebine uygun şekilde konforlu fiziksel mekanda kolaylıkla karşılanmasıdır. Kişiye özel mekan oluşturulan hip oteller, butik otellerden farklı olarak mekanı daha büyük ve lüks koşullar sunabilmesidir. Bu bağlamda otelde kalan misafirlerin kişiliklerine uygun tasarım yapılması oteli özel kılan bir durumdur (www.isseyahatleri.com). Bu durum geleneksel otel kavramının dışına çıkmaktadır. Heyecan verici ve şık olan hip otel formatı, işletmenin büyüklüğü değil özgünlüğü önem kazanmaktadır.

Hip otel konseptinin bir ruha sahip olması önemli olmaktadır. Örneğin çatal bıçağın logosuna, mobilya, personel kıyafeti, menü servisi her şey aynı konsept dahilindedir. Bu bağlamda günümüz mimarisinde, modern, klasik avangard, kitch, ya da minimalist en önemli öge olan oteli farklılaştırabilmek için birbirleriyle yarış içerisindedir.

2.2.4. Otel Mekan Tasarımında Yerleşim Sınıflandırması

Otellerin yerleşim yerlerine göre sınıflandırılmasında asıl sebep, planlama aşamasında etkili çözümler üretebilmek ve kullanım amacına göre otellerin konumlandırılmasını sağlamaktır.

- Şehir İçi Oteller

Şehir içi otellerinin tasarımı bulunduğu şehrin yapısına ve kültürüne göre farklılık göstermektedir. Müşteriler, bulunduğu tatil yöresinde tarihi ve turistik yerleri gezerken aynı zamanda eğlenip dinlenebilecekleri, işi ile ilgili toplantılarını yapabileceği rahat ve

konforlu bir mekan aramasına şehir içi otelleri cevap vermektedir. Şehir içi otelleri, şehrin karakterini ve niteliğini yansıtmaya açısından büyük önem taşımaktadır. Otel, prestijini büyük ölçüde şehrin silüetinden almaktadır. Otellerin tasarımı ile şehrin bütünlüğü, müşterilerin hafızasında konakladıkları şehir ile ilgili tamamlayıcı algı oluşturmaktadır. 1790 lı yıllarda New York'ta oluşmaya başlayan şehir içi otelleri, Endüstri devriminin etkisiyle 19.yüzyılın başlarında gelişimini göstermektedir (Rutes and Penner, 1985). Otellerin, şehir hareketliliği ile etkileşim içinde olması otel lobilerinin tasarımının çarpıcı nitelikte olması gerekmektedir.

- Şehir Çevresinde Bulunan Oteller

Şehir çevresinde bulunan oteller için çevre, mesafe, gelişme ve ekonomik faktörler etkili olmaktadır. Bu oteller bir çok amaçta hizmet etmekle birlikte ihtiyaçlar doğrultusunda oluşturulmaktadır. Havaalanı, spor, endüstri merkezine yakın olması, otoban üzerinde olması gibi faktörler müşterinin tercih etmesinde etkili olmaktadır. Bu otellerin kullanım yoğunluğu şehir içi otellere göre farklılık göstermektedir. Örneğin, bir Formula yarışını için düşünülen pistin şehir merkezinden uzakta yer alması, bu yerleşim yerinde kalmak isteyen yerli, yabancı turistler için otel ihtiyacını beraberinde getirmektedir. İhtiyaç sonucu tasarlanan bu otellerde, yarışın bitmesi ile yoğunluğun azaldığı ve yarışın olmadığı dönemlerde de bu şekilde devam ettiği görülmektedir. Disneyland Paris örneğinde ise otellerin şehir çevresinde ama eğlencenin içinde yer alması, bu otellerin kullanım yoğunluğunun daha fazla olmasını sağlamaktadır (Öktem, 2007).

- Banliyö Oteller

Banliyö kavramı, kentin yakın çevresinde bulunan, kentle sıkı bağlantısı olan konut niteliğinde yerleşim alanları olarak tanımlanabilmektedir. Büyük şehirlerin etrafında kurulan, kent yaşayışına katılan yerleşim bölgelerinden oluşmaktadır. Banliyölerin kurulmasında kent nüfusundaki artış, ucuz ve rahat konut talebi, yaşam kalitesine ilişkin diğer talepler etkili olmaktadır. Bugünkü banliyö otel oluşumunda, 17. yüzyıl kervansaraylarının ve 18. yüzyıl İngiliz otellerinin etkisi olmaktadır. 1. Dünya Savaşı'ndan sonra, bağımsız kamp yerlerine ihtiyaç duyulması, turistlerin yol kenarında piknik ve su imkânları zengin olan yerlere yönelmesini sağlamaktadır. Artan ihtiyaç

sonucu 1926'da California'lular tarafından 100 oda kapasiteli banliyö oteller yapılmaktadır (Rutes and Penner, 1985).

- Resort Oteller

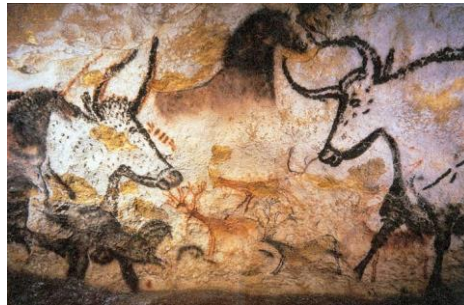
Çevresel faktörlere bağlı olarak az veya çok katlı tasarlanan resort oteller, doğal güzellikleri her yönden hissettirmeyi ve müşteri memnuniyetini sağlamayı hedeflemektedir. Günümüzde var olan resort yerleşimleri; tatil köyleri, kaplıca resortları, tatil resortları ve devre mülkler olarak sınıflandırılmaktadır (Tekin, 2002). Resort oteller, geniş bir alana konumlandırılmış, hizmet olanakları yüksek, minimum dört yıldızlı, aktivite olanakları, geniş ve farklı beklentilere, çeşitli yaş gruplarına sahip konukların tamamına hitap edebilen tesislerden oluşmaktadır. Resort otellerde, çeşitli havuz olanakları, plaj, spor salonları, etkinlik alanları, dinlenme alanları veya sağlık hizmetlerinden oluşmaktadır. Farklı ihtiyaçlara sahip müşterilerinin tamamının hedeflendiği resort otellerde farklı oda tipleri ve hatta villalar bulunmaktadır.

3. OTEL TASARIMINDA MEKAN, KİMLİK, ALGI

Otel tasarımı oluşturulurken tasarlanan mekanın diğer mekanlardan ayrıştırılabilmesi ve akılda yer edinebilmesi adına bir kimliğe sahip olmalı, oluşturulan bu kimliğin tasarıma doğru yansıtılarak kullanıcı tarafından algılanması gerekmektedir.

3.1. Mekan

Mimarlık sözlüğünde açıklanan mekan; “Kişiyi bulunduğu çevreden belli ölçülerde ayıran ve içinde çeşitli eylemleri sürdürmesine olanak sağlayan bir boşluktur ”olarak tanımlanmıştır (Hasol,1990). Mekan kavramı, insanların yaşam alanı oluşturmaya çalışmasıyla ortaya çıkmıştır. İnsanın varoluşu ile ortaya çıkan barınma ihtiyacı ve mekan yaratma süreciyle mimari oluşum başlamıştır. İlkçağlarda; tehlikelerden korunma içgüdüğü, iklim koşulları, yaşam şartlarına uygun çevre oluşturma zorunluluğu ile mekan gereksinimi doğmuştur. Zamanla coğrafi şartlar, kültür, ekonomik koşullar, bulunduğu dönemle birlikte mekanın oluşumu etkileyen birçok faktör ortaya çıkmıştır. İşlevsellik, ihtiyaç ve kullanım amaçlarının farklılaşmasıyla da gelişim göstermeye başlamıştır. Her dönem belli ihtiyaçları karşılama amacı ile çeşitlenmiş ve farklı işlevlere sahip yapılar oluşmaya başlamıştır. İlkçağda insanlar, zorlu iklim koşullar, yırtıcı hayvanlardan korunma içgüdüğü, yaşam koşullarına uygun çevre arayışı gibi zorunlulukların karşısında mağara, ağaç gibi doğal ortamlardan sınırlı bir hacim oluşturarak mekanı ortaya çıkartmışlardır. Zaman içerisinde bulunduğu coğrafyanın etkisi ile çeşitli araç-gereçler yapılarak çevresini şekillendirmeye başlaması, sazdan çadırlar, kerpiçten evlerin yapılması yapay mekanların oluşturulmasını sağlamıştır (Gürpınar, 2000).



Şekil 4. Leang Tedongnge Mağarası

(Kaynak: <https://listelist.com/tarih-oncesi-magara-resimleri/>)

Anne karnında belirli bir alan içinde büyüyen bir bebek, doğduktan sonraki büyüme evresinde de bu sınırlı alan oluşturma gereksinimi hissetmeye devam eder. Evcilik oynayan bir çocuk, belirli elemanlarla çevreden ayrılarak sınırlı bir alan içinde oyun oynar. Aslında çocuğun yaptığı hareket, kendini güvende hissettiği sınırlı bir hacim yaratma iç güdüsüdür. Bu bazen bir doku farklı ile, bazen bir renk farklı ile, bazen aydınlatma faktörleri ile bazen de koku ile mekanda bir ayırıştırma yapılabilir. Bu sınırlar net çizgilerle ayrılmamış olsa bile, kullanıcı duyu organlarında yardımıyla algılar ve ayırır. İç mekan, içinde hayat sürdüğümüz oda yada salon mekanın bir parçası olmakla birlikte ona ait ve onunla beraber ondan doğmaktadır. Bütün olarak düşünüldüğünde iç mekan mekanın ve mekan mimarının kendisidir (Bozkurt, 1962). İnsanın kendi doğasını yaratma isteği sanatın özünde vardır. İlk çağlarda insanın mağara duvarlarına resim çizmesi, avına hâkim olacağı inancının göstergesidir (Baş, 2001).



Şekil 5. Altamira mağarası

(Kaynak: tr.wikipedia.org)

Kişinin bir mekana ait hissetme ve buna göre oluşturma arzusu ilk çağlardan doğmaktadır. Kullanıcı kendilerine tanıdık gelen, kendisi için anlamlı ve değeri olan mekanlar ile bağ kurarak oradan kendini daha güvende ve o mekana ait olduğu hisseder.

Mimarının temelini oluşturan mekan kavramının çok geniş kapsamlı olması, mekanla ilgili konuların düşüncelerin çeşitlilik göstermesini destekler. Mekân oluşturma ya da yaratma fikri hakkında, felsefi anlamda sorgulamalar yapılırken, insanın varoluş nedeninin ve bunun yarattığı yaşamsal edinimin mekân algısına bağlı olmasının yanı sıra sezgisel bir sürecin de etkili olduğu üzerinde genel tanımlamalar yer almaktadır. Kaynaklarda, mekân yaratma ya da oluşturmada boşlukların değerlendirilmesinde, farklı boyut ve alanlarda sınırlandırma yaparak çeşitli mekân tipleri oluşturulabileceği konusunda ortak görüşler yer almaktadır. Yaşamsal edinimlerden kaynaklanan algıdan doğan genelleştirilmiş tanımlamalara bir göz atıldığında; kavramsal anlamda mekânın

yaşayan canlı bir varlık' olduğu üzerinde ortak görüş birliği göze çarpmaktadır. Mekân konusu hakkında felsefi ve sosyolojik anlamda tanımlamalara bir göz atıldığında; Shultz'a göre beş mekân kavramı vardır. Bunlar; fiziksel hareketin oluşturduğu "cisimsel mekân", doğrudan yönelmenin oluşturduğu "algısal mekân", insanın çevresine ait imajını oluşturan "varoluşsal mekân", fiziksel dünyanın oluşturduğu "kavramsal mekân" ve mantıksal ilişkilerin oluşturduğu "mantıksal mekân" kavramları olarak ele alırken, Rasmussen, mekânı "işlevsel bir sanat" olarak tanımlar (Yüksel, 2012). İnsan davranışlarına belli bir düzen getiren mekan, iletişim yönünden ele alınırsa üçe ayrılmaktadır (Balkan, 1977).

- **Durağan Mekan;** İlişkileri insanla değişmeyen, etrafı çevrilmiş ve kapanmış, oturma, dinlenme gibi eylemlere uygun mekânlardır.
- **Yarı Durağan Mekan;** Çevrede hareket ettirilebilen fiziksel öğelerden oluşan ve ilişkileri bu hareketli öğelerden değişen mekanlardır.
- **Dinamik Mekan;** İnsanların, diğer insanlarla ilişkilerinde kontrolleri altında tuttıkları, oturma ve dinlenme gibi eylemlere uygun olmayan mekânlardır.

Sınırlandırmalarla oluşturulan mekanın, kullanıcının özelliklerine yönelik tasarlanmasından doğan mimari mekan kavramında, kişilerin daha konforlu ve uzun bir yaşam sürmeleri bununla birlikte psikolojik, toplumsal ve fiziksel gereksinimler karşılanmaktadır (Aydınlı, 1986). Mekan oluşturma da birden fazla kişinin ve kültürlerin etkisinde olan toplumlar için farklı etkilere sahip olmakla birlikte bu etkilerin tamamı insan ve toplumlar arası değişiklik göstermektedir. Mekan düzenlemesinde kullanıcının gereksinim ve beklentileri en belirleyici faktördür. Mekanı kimlerin kullanacağı kullanılan mekandan neler istediği ve beklediği tasarımcı için büyük önem kazanır. Mekanın fiziksel, sosyal ve psikolojik gereksinimlerini karşılama zorunluluğu olmaktadır.

Bir insanın içinde bulunduğu ortamı etkilemesi, o ortamdaki ne istediği ve nasıl görmek istediği ile anlamlandırılır (Erkman, 1973). Mekan, bileşenlerinin etkisi ile oluşmakta aynı zamanda bileşenlerin etkisi ile kullanıcının istek ve ihtiyaçları doğrultusunda özgün bir karakter kazanmaktadır. Çevre şartlarına bağlı olan mekan bileşenlerinin çoğu birbirileri ile bir bütün olarak kullanılması iç ve dış mekan etkisini oluşturmasıyla birlikte mekan kimliğini de oluşturmaktadır. Mekanın oluşmasında aracı olan bileşenler, iç ve dış mekan oluşumunda sınırlayıcı ve ayırıcı etkiye sahip olmaktadır (Alp, 1993).

Mekan bileşenlerine; duvar, döşeme, kolon, kiriş, merdiven, pencere, kapı, donatı elemanlarına örnek verilebilir. Yatay ve düşey öğeler, mekanda sınırlayıcı bir etkiye sahiptir. Yatay düzlem için pencere kapı, düşey düzlem için de merdiven rampa gibi kullanımlar görülür. Mekanı oluşturan yatay ve düşey elemanlar mekanda sınırlama kavramını oluşturmaktadır. Bir boşluğun sınırlandırılması ile oluşan mekan, boyutları, mekanın kapanma derecelerine ve sınırlayan elemanların nitelikleri ile oluşmaktadır. Mekanın oluşmasında karakter belirleyici elemanlar aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır (Tekin, 2002).

- **Mekanda Kapanma:** Mekan açıklık ve kapalılık açısından dört grupta incelenir.
 - **Kapalı Mekan:** Sınırlayıcı öğelerin mekanı çevreden net bir şekilde ayrılmış olması ile kullanıcıların korunma, sığınma ve mahremiyetini sağlamıştır. Ev, oda, salon, kafe gibi.
 - **Yarı açık Mekan:** Çevre ile bağlantı sağlanmaktadır. Dışa penceresi olan mekanlar örnek verilebilir.
 - **Açık Mekan:** Sınırlandırılmış ve çevrelenmiş bir duvarın bulunmaması demektir. Park, bahçe, orman, sokak gibi.
 - **Serbest Mekan:** Sınırlandırma söz konusu değildir. Mekan belirgin olarak algılanabilen kenar öğeleri ile belirli hale getirilmesidir. Otel içi konferans salonu serbest iç mekana örnek olabilir.
- **Mekanı Sınırlayan Elemanlar:** Mekanı oluşturan sınırlamalar yatay ve düşey elemanlarla olabileceği gibi sadece görsel olarak da olabilir. Işık, somut olarak bir sınırlandırma yapmaz fakat mekanı belirgin kılabilir.
- **Mekanın Boyutsal Özellikleri:** Mekanı oluşturan boyutlar, insan ölçeği göz önünde bulundurularak orantılı bir şekilde tasarlanması gerekmektedir.
- **Mekanda Süreklilik:** Kullanıcı ilgisini belirli bir noktaya çekmesi, yönlendirmesine yardım etmesi, mekanlar arasında eylem akışının gerçekleşmesi için mekanda sürekliliğin sağlanması gerekir.
- **Mekanda Çeşitlilik:** Mekanı ilgi çekici hale getirmek çeşitliliği sağlayarak mümkündür. Bunun içinde farklı tasarımlara yada bitki, su öğeleri, oturma alanları, mekanı oluşturan bütün materyallerin renk, doku gibi özellikleri ile çeşitlilik sağlanabilmektedir.

3.1.1. Mekan Oluşumunu Etkileyen Faktörler

Mimarlığı etkileyen faktörler; insanlığın uzun yıllar konu aldığı yapı tasarımının tarihi ve tecrübeleri sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu anlamda mimari tasarım da ortaya çıkan faktörler göz önünde bulundurularak, nitelikli özelliğe sahip yapıların oluşturulması büyük önem taşımaktadır.

3.1.1.1. Mekan tasarımında işlev faktörü

Binaların yalnızca binanın amacına ve işlevine göre tasarlanması gerektiği mimaride işlevsellik ilkesidir. Yapının bir kullanım amacı vardır; eğitim, kültür, güvenlik, sağlık, barınma, ulaşım, spor, eğlence gibi farklı işlevlere sahip olmaları mimari tasarımı etkilemekte ve bu amaçlara yönelik oluşturulmaktadır. Bir tiyatro salonunda düşünün insanların yerlerini aldığı sahneyi görebilmesi ve duyabilmesi büyük önem taşımaktadır. Tasarımcı, işlev konusunda gerekli bilgi ve tecrübelerle sahip olmakla birlikte yüksek sezgi gücüne de sahip olmalıdır. Mekanların ilk çıkış noktası, ihtiyaç cevap vermesidir. Her dönem belirli ihtiyaç ve gereksinimleri karşılamak amacı ile yapılmıştır. İlk dönemlerde sadece barınma amaçlı yapılan yapılar, gereksinimlerin artması sonucunda çeşitlilik göstererek gelişmiştir. Örneğin, tek gözlü yapılar gereksinimlerin artması sonucu çok odalı yapılara yerini bırakmıştır. Mimarlıkta oluşturulan bütün yapıların her biri farklı işlevlere sahiptir. İşlevlerinin gerektirdiği şekilde her yapıda yapım teknikleri, ölçülendirme, kullanılan malzemeler farklılık gösterir ve buna uygun şekilme tasarlanması gerekir.



Şekil 6. Trabzon Atatürk Köşkü

(Kaynak: <https://www.hepsiemlak.com>)



Şekil 7. Woods of Net isimli oyun alanı

(Kaynak: <https://onedio.com>)

3.1.1.2. Mekan tasarımında coğrafi faktör

Mekan tasarımında coğrafi faktörler oldukça etkilidir. Tasarımcı ve kullanıcının istese de uygulayamadığı coğrafi koşullar vardır. Coğrafi koşulların verdiği olanaklardan faydalanmak ve elde ki olanakları en iyi şekilde kullanarak oluşturmak gerekmektedir. Coğrafi faktörlerin etkisi ile kullanılan malzemeler, çatı eğimleri, saçaklar, yapıların yönleri, pencere boyutları, dış cephe tasarımları, duvar kalınlıkları gibi bir çok konu yapılarda farklılık gösterir. Bu farklılıklar mekanların tasarımında büyük ölçüde etkilidir. Yapılar buldukları coğrafyanın iklimine uygun tasarlanması mimari tasarımın genel şartlarındandır. İsveç'te buzdan otel yapmak daha kolay olanaklar sağlarken, sıcak bir iklim bölgesinde buzdan otel yapmak zorlayıcıdır.



Şekil 8. Kuzey İsveç Jukkasjärvi, Ice Hotel

(Kaynak: <https://www.booking.com>)

Yıllık ortalama yağışı yüksek olan ülkelerde yeşil alanları korumak kolay olabilir fakat yıllık ortalama yağışı düşük olan kurak ülkelerde bu durum zordur. Yıkıcı bir etkiye sahip afetlerin yaşandığı bölgelerde bulunan yapıların afetlere karşı daha uyumlu ve dayanıklı yapılar tasarlanması gerekmektedir. Deprem bölgesinde bulunan yapılar, normal bir bölgeye göre depreme daha dayanıklı yapılar oluşturma bilinci ile mekanlar tasarlanır. Şekil 9'da gösterildiği gibi zorlu iklim koşullarında etkilenen bölgelerde çatılar daha dik oluşturulmuş, sıcak iklim bölgelerinde ise çatı gereksinim olmaktan çıktığı için daha farklı tasarımlar oluşturulmuştur. Şekil 10'da sıcak iklim bölgesinde bulunan düz çatılı modern bir ev tasarımı gösterilmektedir.



Şekil 9. Norveç'te çatıların görünümü

(Kaynak: <https://seyler.eksisozluk.com>)



Şekil 10. SchwörerHaus'ta düz çatılı modern ev

(Kaynak: <https://www.schworerhaus.de/haus-mit-flachdach/>)

Mekan oluşumunda ve mekanı tanımlamasında malzeme kullanımı en önemli faktörlerden biridir. Mekanlar malzeme kullanımına yönelik, doğal ve yapay şartlara karşı direnç göstermektedir. Bulunduğu bölgede kolay bulunabilen malzemelerin etkisi ile o bölgede özellikle o malzeme ile tasarlanmış yapılar görürüz. Şekil 11'de görüldüğü üzere, Mardin evlerinin sarı kalker taşı ile tasarlanmaktadır. Karadeniz Bölgesinde çoğunlukla ahşabın kullanıldığını görürüz.



Şekil 11. Mardin evleri örneği

(Kaynak: <http://www.mardin.gov.tr/>)



Şekil 12. Tarihi Rize konakları

(Kaynak: <https://www.ktb.gov.tr/>)

Toplumun ihtiyaçları göz önünde bulundurularak, istenilen mekanı oluşturulması malzeme kullanımı ile büyük önem kazanmaktadır. Mekanın strüktürüne göre, seçilebilecek malzemeler bu anlamda mekana bir dış kabuk olmaktan daha çok, kullanıcıların ihtiyaç ve kültürlerini de yansıtmaktadır. Malzemenin yapı özelliğine bağlı olarak, mekanda fiziksel ve psikolojik etki ile birlikte konfor oluşturulmaktadır (Alp, 1993).

3.1.1.3. Mekan tasarımında teknolojik faktör

Teknoloji, insan hayatını kolaylaştıran en önemli faktördür. Eskiden insan gücüyle yapılması gereken bir çok eylem bugün makineler yardımıyla kolaylıkla ve çok daha kısa sürede yapılmaktadır. Teknolojisinin gelişmesiyle birbirinden farklı mekanlar yaratıldığı gibi, farklı teknikler ve farklı malzeme kullanımları da çoğalmıştır. Teknolojinin imkanlarından faydalanarak, sıradan olmayan birbirinden farklı bir çok mekan tasarımları oluşturulmuştur.



Şekil 13. Avrupa Uzay Teknolojileri

Kültür Merkezi (Kaynak: Baki, 2014)



Şekil 14. Helix Hotel

(Kaynak: <https://www.dezeen.com>)

İstenilen bilgiye ulaşım kolaylaştığı için, diğer kültürleri tanımak, yeni çıkan bir malzemeyi yada teknik bilgilere ulaşım sağlamak da kolaylaşmıştır. Bu da tasarımcı ve kullanıcıların güncel bilgiye kolay ulaşmasına ve kendini yenileyerek tazelemesini sağlamıştır.

3.1.1.4. Mekan tasarımında ekonomik faktör

Ekonomik koşullar mekan tasarımını etkileyen önemli faktörlerden biridir. Maddi olanakları sınırlı ülkelerde, mimari tasarımın ekonomik olması büyük önem taşımaktadır. Ekonomisi gelişmiş ülkelerle, ekonomisi zayıf ülkeler arasında görünür

farklılıklar vardır. Ekonomik sebepler yüzünden çoğu zaman tasarlanan mekanları uygulamaya geçirmek zorlaşır. Bu yüzden de daha makul olan tasarımlar tercih edilmek zorunda kalınabilir.



Şekil 15. Atlantis Palmiye

(Kaynak: <https://www.bautrip.com>)



Şekil 16. Dubai Operası

(Kaynak: <https://www.bautrip.com>)

3.1.1.5. Mekan tasarımında estetik faktör

Estetik kavramını genel olarak açıklamak gerekirse, güzeli araştırır ve güzeli bulmak için duygulara yol gösterir diyebiliriz. Tasarımlar, insanların bir çok gereksinimlerini karşılarken estetik faktörü de psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak için etkili bir faktördür. Tasarlanan mekanların estetik önemi kimlikli mekanların oluşmasında en önemli nedendir. Estetik faktörü diğer faktörler kadar önemi olmasaydı bugün Paris denildiğinde akla estetik öğeleri birleştiren bir şehir gelmezdi.



Şekil 17. Burç Halife, Birleşik Arap Emirlikleri

(Kaynak: <https://www.bautrip.com>)



Şekil 18. Tac Mahal, Hindistan

(Kaynak: <https://www.etstur.com>)



Şekil 19. Sidney Opera Binası, Avustralya

(Kaynak: <https://www.etstur.com>)

Estetik faktörler, renk, ışık, malzeme, doku ve gölge ile oluşturulabildiği gibi yaratıcı unsurların etkisi ile de yapılabilmektedir. Bu etki, kişiler ve toplumlar arasında değişiklik gösterilebilen bir kavram olmaktadır. Tasarım yapılırken sadece estetik olması konusunda öncelik tanıyarak, hiçbir amaca hizmet etmeyen ve işlevi olmayan mekanlar tasarlanmamalıdır. Öncelik estetiği ve işlevi bir bütün olarak birleştiren tasarımlar olması asıl göze hitap edendir.



Şekil 20. Hollanda Marken Köyü

(Kaynak: Baki, 2014)

3.1.2. Mekan Tasarımında Kullanıcı ve Tasarımcı

- **Kullanıcı:** Mekan tasarlanırken kullanıcıların kim olduğu büyük önem taşır. Tasarımda kullanıcının yaş aralığı, ilgi ve beğenileri, mekandan beklentisi, ekonomisi, boyutları, eğitimi, ihtiyaçları, kültürü gibi bir çok etken vardır. Mekana girildiğinde bize kullanıcı hakkında bir çok bilgiyi mekan bize verir. Aslında kullanıcı mekana büyük ölçüde yansır.

Evinde evcil hayvanı olan bir bireyin yaşam alanında ona dair küçük ip uçları vardır. Engelli bir bireyi düşündüğümüz de bütün tasarım ona göre şekillenir. Kendi başına yaşayan bir öğrenci içi herşey daha farklıdır. Ekonomik gelir yönünden iyi bir kullanıcı ile kendi halinde sadece ihtiyaç karşılaması yönünden tasarlanmış iki mekan arasında büyük farklılıklar çıkabilir. Çocuk oyun alanı tasarlanacağı zaman kullanıcısının çocuk olduğu düşünüldüğünde zemin malzemesi, kullanılan oyun aletlerinin standartlara uygun olması gerekir.

Mekanlar kullanıcılar var olduğu sürece hayat kazanır ve kullanıcı ile şekillenir. Mekanı yaşayacak olanlar kullanıcı olduğu için tasarımın kullanıcı ile birlikte şekil alması çok önemlidir. Kullanıcı, mekanda kendisine tanıdık gelen detayları gördüğü zaman o mekana karşı kendini daha güvende hissetmektedirler.

- **Tasarımcı:** Tasarımcının en önemli hedefi, mekanı kullanacak kullanıcıların ihtiyaç ve beklentilerini karşılamaktır. Mekanı en iyi şekilde doğru analiz etmesi daha sonra kullanıcının istek ve beklentilerini karşılayacağı işlevselliğe uygun bir tasarım sunması gerekmektedir.

Tasarımcının önceliği kullanıcıyı memnun etmekten geçmektedir. Kullanıcı ve tasarımcının bir bütün olarak çalıştığı birlikte yön verdiği tasarımlarda karşılıklı memnuniyet oluşur. Tasarımcı ve kullanıcının iş birliği içerisinde bir tasarım sürecinin oluşması hedeflenmektedir. Kullanıcının belli olmadığı mekanlarda ise tasarımcı yetkili ve yatırımcının yönlendirmeleri ile çalışmaktadır. Bir kullanıcı birbirinden farklı tasarımcılara başvurabilir ve hepsinden farklı tasarımlara ulaşabilir. Tasarımcının yaratıcılığı bu konuda en önemli unsurdur. Kendini geliştirmesi, yeniliklere açık olması ve güncel hayatı takipte olması ile farklı olur.

3.2. Kimlik

Kimlik, canlı ve nesnelere bir diğesinde ayıran, duyu yolları ile algılanmasına destek veren, özgün olması ile birlikte tek ve kendine özgü olmasıdır. Kişinin bir mekanı güçlü ve diğeer mekanlarda farklı kılması ve algılanması kimlik kavramını ifade etmektedir (Lynch, 1981). Mimari, insan topluluklarına ihtiyaç ve isteklerine hizmet edecek bu anlamda duygusal olarak desteklenecek mekanların oluşturulmasıdır. Mimari yapının içinde barındıracağı işlevlere elverişli olması ayrıca bu işleve uygun kimliğin oluşması gerektiğini göstermektedir (Özer, 2004). İnsan, konuşması davranışları duruşu kıyafetleri dış görünüşü aynı zamanda düşünceleri ile kendisini ifade ederken; bir yapı da aynı şekilde görsel tasarımı, algılanan değerleri, biçim, renk, doku, malzeme gibi tasarımı etkileyen bütün farkındalıklarla kendisini ifade eder. Bu durumda bir yapıya, insana kattığı gibi bir kimlik katar.

Belirli sınırlarla oluşturulan mekanlar; yaşanan döneme, o dönemde bulunan malzemelere coğrafi koşullara vb. bir çok sebeple toplumlarda ortak bir dil oluşturmuş ve mekan kimliğinin temeli de bu şekilde oluşturulmuştur. Mekan kimliğinin oluşmasıyla, bir mekanı diğeerinden ayırmış ve fark edilmesini sağlamıştır. Mekana anlam katma ve mekanı tanımlama olarak düşündüğümüzde; mekanı etkisi altına alabilen kendini hissettiren, anlamlı kılan güçlü bir tasarımı oluşturulmuştur. Geçişten günümüze doğru kendini tekrar eden, birbirine benzeyen, değişimden ve farklılıktan uzak görüntü de olan mekanlar çoğalmıştır. Birbirine benzer mekanlar arasında kendi kimliğini bulup koruyan, dikkat çeken mekanlar önem kazanmış ve akılda kalarak diğeerlerinden ayrılmıştır.

Mekan-Kimlik arasında kurulan ilişki ile birlikte sahiplenme ve aidiyet duyguları yaşanan mekana kimlikten bir kaç özellik ve anlam katmaktadır. Göç ile yaşanan kimlik bunalımlarında mekanın sahiplenerek tekrar egemenlik alanlarının oluşturulması ve çözüme kavuşmaya başlaması ile yeni kimliklerin inşa edilmesi sağlanmıştır. Mekan kimliğin konusunda ele alınan sosyo psikolojik yaklaşımlar kimliğin oluşum sürecini etkilemekte olduğu ve kimliğin toplumdan bağımsız bir şekilde oluşamayacağını savunarak, bu sürecin devamlı kılınması vurgulanmıştır. Kentli kimliğinin oluşması, göç sonrasında yaşanan kimlik bunalımları hemde kimliğin oluşma sürecindeki etkileşimleri konuyla ilgili düşünceleri güçlendirmektedir (Güleç Solak, 2017).

Kimlik, ihtiyaç ve şartların oluşturduğu etkilere göre değişebilen, durağan kalmaya karşı çıkan bir algıdır. İnsanların mekana etkisi ile bir kimlik oluşur. İnsanların yaşam içerisinde oluşturdukları alışkanlıkları, estetik ve kültür değerlerinin etkisi ile gelişmesi, ihtiyaçlarının ve beğenme duygularının güçlendirilmesi kimliğin oluşmasında ve gelişmesinde etkili olmaktadır (Beyhan ve Ünügür, 2006). Mekan ve kimlik ilişkisi, kimlikli mekanların beraberinde getirdiği tasarımcı ve kullanıcı algısıdır. Kimlik kavramını, marka kimliği ve görsel kimlik olarak incelemek mümkündür.

- **Marka Kimliği :** Kullanıcıyı bir markayı hatırlamasını ve onu diğerlerinden ayırt etmesini sağlar. Marka kimliği, dünyaya gösterilen bir yüz diye söylenebilir. Bir kuruluş düşünülürse, o kuruluşta çalışanların davranışları, sahip olduğu felsefesi, iletişim becerileri ve görsel öğeleri ile bütünlük dikkat çekmektedir. Otel işletmelerinde, otel kimliğine sahip imajı ön planda olan bir isim rakiplerine nazaran daha rahat hatırlanır ve avantaj sağlar ayrıca markanın evrenselleşmesine olanak sağlar. Hilton denildiği zaman akla gelen direk oteldir. Kullanıcı özellikle Hilton otel deme gereksinimi duymaz. Kullanıcının kendini güvende hissetmesi markanın sürekli büyüme ve güçlenmesini kolaylaştırır. Kullanıcı farklı bir ülkeye gittiğinde herhangi bir otel tercih etmek yerine Hilton da kalabilir, yapının dış görünüşünden dolayı kendini yabancı hissetmemekte ve kendi ülkesindeki imaja yakın bulmaktadır. Marka kimliği yaratmak, tek düze standart tasarımlar sunmanın temel yolu denilebilir. Bir markanın hedef kitlesinde sahip olduğu imaj ile hedef kitlenin onu tercih etmesi ile denk düşmesi kurum açısından önem taşır.



Şekil 21. Hotel Hilton Gyeongju



Şekil 22. Hilton Garden Inn, Konya

(Kaynak: <https://imgcy.trivago.com>) (Kaynak: <https://ucdn.tatilbudur.net>)

- **Görsel Kimlik:** Bir marka veya kurumu temsil etmesini ve sıradanlıktan çıkarak farklılık katmasına yarayan görsel öğeler topluluğudur. Bir mekanı algılamamanın büyük bir kısmı görme duyusu ile sağlanır. Görsel kimlik ve algı arasında büyük bir bağ oluşmaktadır. Otelin formu, biçim, renk, simgesel anlamları, strüktürü, tasarımı, oranları, dokusu, malzemesi gibi kendine özgü görsel bir etki sağlamakta ayrıca görsel kimliğini oluşturmaktadır.



Şekil 23. Hollanda evleri

(Kaynak: <https://www.hepsiemlak.com>)



Şekil 24. Patrick Roger Chocolatier

(Kaynak: <https://gezzio.com>)

Mekan öncelikle coğrafi faktörler, iklim ve kültürünün onu şekillendirdiği zorunlu kimliğe sahip olur. Coğrafi koşullar ve kültür gibi faktörler mekanların oluşumuna etki ederken, kullanıcılarda mekanların oluşumuna etki etmektedir. Bir mekanı diğer mekanlardan farklı kılan özelliği ile kimlik kazanan bir çok mekan vardır. Bazen sadece manzarası ile tanınmış ve bu şekilde kimlik oluşturmuş mekanlar vardır. Sadece çok iyi müzik yapıldığı için tercih edilen ve o mekana kimliğini veren özelliği mekanda çalan müzikleridir. Mekan kimliğinin bir parçası da o mekanda aidiyeti oluşturmaktadır. Coğrafi koşulların etkisi ile çevreye uyumlu yapılan mekanlarla mekan kimliği oluşturulmuştur.

3.2.1. Kurumsal Kimlik Kavramı

Kurumsal kimlik, eski Türk devletlerinde bayrak ve flamalar üzerinde kendilerini diğer devletlerden ayırmak amacı ile semboller kullanmışlardır. Osmanlıdan Türkiye Cumhuriyetine geçiş yapılması ile birlikte yeni ticari atılımların etkisi ile kurumsal kimlik devlet şirketlerinde kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde kişilerde olduğu gibi kurumlar içinde kimlik edinme ve bunun da devamlılığını sağlayabilme isteği görülmektedir. Otel, kendisine yer edinebilmesi için kullanıcı ile bir arada olarak kimlik

kazanması gerekmektedir. Otellerin kurum kimliğine ihtiyaç duymalarının sebebi, farklılaşma ve rekabet gibi faktörlerden oluşmaktadır. Farklılaşma gibi bir isteklerinin olması iyilerin içinde en iyisi olmayı ve farklı kimlikler adı altında çalışanları aynı çatı altında toplanmasını istemektedirler (Napoles, 1988). Tasarımcı tarafından büyük bir öneme sahip olan kimlik kavramı, işletmeciler tarafından geri plana atılmakla birlikte marka kimliği olarak algılanmaktadır (Karahasanoğlu, 2004). Seçilmiş bir otelin, iç mekanın tasarım ilkelerini belirlemek oluşan kimliğin kullanıcı algısı ile mekan kimliğinin etkisi araştırılması temel amaçtır. Kurum kimliklerinin sürdürülebilir olması için, mekan yapıları, görsel yapıların tanıtımları, insanlarla iletişim yaklaşımları gibi faktörler büyük önem taşımaktadır. Kurumsal kimlik görsel bütünlüğün tamamını konu almakla birlikte kurum nasıl görünmek isteğiyle bağlantılı bir şekilde bütünlük oluşturmaktadır.

- **Monolitik Kimlik:** Her hizmetin isim, stil, niteliklerinin aynı olması ile birlikte iç ve dış ilişkilerde tutarlı bir tavır sergilemektedir. Bu kimliği, Banka, Havayolu Şirketleri, Petrol Şirketleri tercih etmektedir. Bu kimliğin tercih edilmesinde ki en önemli faktör ise uzun süre kullanabilir olması bu bağlamda zaman içinde küçük değişiklikler işe uzun süre kullanılabilirliktir.
- **Desteklenmiş-Onaylı Kimlik:** Büyük holdinglerin benimsediği çoklu kimlik olarak tanımlanmaktadır. Bu kimliğin tercih edilmesinde ki en önemli faktör kendi kimliğini ayrıca gerektiği zaman ana kuruluş kimliğini kullanabilmektedir (Erdem, 2015). Koç Holding şirketine ait Beko, Migros, Aygaz gibi şirketler kimliğe örnek verilebilmektedir.
- **Marka Kimliği:** Bir kuruluşun kendini dışarıya en etkili şekilde göstermesi olarak tanımlanmaktadır. Her şirket kendisine özel kimlik oluşturur bu bağlamda rekabette ön planda tutmayı sağlamaktadır.
- **Ürün Kimliği:** Bir ürünün ismi, ambalajı, işlevi, malzeme kalitesi, kullanımı, ücreti gibi faktörleri içermektedir.

Kurumsal kimlik, kuruluşun fiziksel özelliklerinin bütünü oluşturmakta kurumsal imaj ise kurumun algı biçimini, kuruluş hakkında oluşabilecek görüş ve düşüncelerin tamamını ifade etmektedir. Kimlik ve imaj birbirlerini destekleyerek bir bütünlük oluşturmaktadır. Kurumsal kimlik, bulunduğu toplumun kültürünü yaşatmakla birlikte

toplum kültürünün yansıması olarak kendisine ait bir kültür oluşturmaktadır. İnsanlar çevresindekileri algımlarken etkilendiği bir çok faktörün bulunması, inanç ve değer oluşturmasında katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda oluşan inanç ve değerlerin etkisi ile kendisine özel tavır ve davranışlarla desteklemektedir. Kuruma karşı oluşan eylemlerin tamamı kimliğin bir boyutu olan kurumsal davranışı oluşturmaktadır.

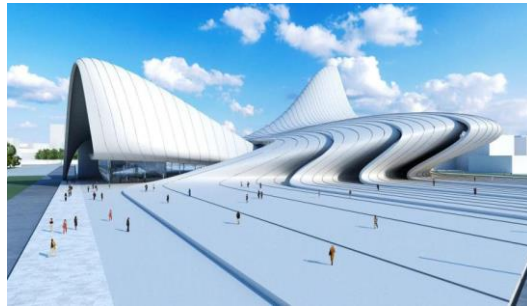
Kurumsal tasarım, kurumsal kimliğin oluşmasında etkili bir rol oynamaktadır. Oluşturulan görsel kimlik ile farklılaşma ve rakipleri arasından ayrılma konusunda önem taşımaktadır. Kurumu temsil edecek logo ve sembolünün olması etkili bir görsel algı yaratarak kimliğe katkı sağlamaktadır. Logo, insan algısında yer edinebilecek yani kolay hatırlanabilen aynı zamanda akılda kalan özelliğe sahip olmalıdır. Tipografi sanatı ise farklı yazı tasarımlarının oluşturması ile kurumsal kimliğe görsel anlamda ve ayırt edici özelliğe sahip olması noktasında destek vermektedir. Psikolojik anlamda büyük bir etkiye sahip olan renkler, kurumsal kimlik oluşumunda da etkin bir rol oynamaktadır. Renk kullanımında rengin oluşturduğu etkiler iyi araştırılarak, kurum kimliğine en güçlü iletişimi sunacak aynı zamanda dikkat çekmesi ile algıda yer edineceği renkler tercih edilmektedir. Kuruma ait bir isim oluşturulurken çok dikkat edilmesi gerekmektedir. Kurumun ismi, kimliğinin oluşmasında etkin bir yere sahiptir. Düşünülen ismin taşıdığı anlamı iyi araştırılmalı, yasal uygunluğu araştırılmalı, dil kullanımına uygunluğu araştırılmalı, pazar araştırması ile birlikte kurum ismi oluşturulmalıdır. Otellerin olumlu itibar ve imaja sahip olmaları için, kurumsal kimliğin oluşturulmasını destekleyen felsefesi, kurumsal davranış, kurumsal kültür, kurumsal iletişim özellikleri olmakla birlikte süreklilik oluşturması kurumsal kimlik için önem oluşturmaktadır.

3.2.2. Mekan Kimliği Tasarımında Kullanıcı ve Tasarımcı

- **Kullanıcı:** Tasarımcı ve kullanıcının mekan kimliği oluşumundaki rolü oldukça etkilidir. Mekan tasarımlarında, tasarlayan kişi kadar kullanıcı kimliği de büyük önem taşımaktadır. Mekanlar kullanıcıların kullanımı ile şekillenir. Mekan tasarlanırken kullanıcıların kim olduğu büyük önem taşır. Kullanıcı odaklı tasarım süreci çerçevesinde mekan oluşturulmuştur. Mimari oluşum, kullanıcılarının istek ve beklentilerini karşılayan aynı zamanda gerekli olan

durumlarda isteklerini zorunlu kılarak uygulatan bir sanat olmaktadır. Kullanıcısına sunduğu mimari süreç kendisi için bir deneyim olmakta ve süreci kullanıcı ile birlikte yorumlayarak gelişmektedir. Tapkı'nın bu konu ile ilgili "Kişi bulunduğu çevreyi kendi oluşturduğu kimlik özellikleri doğrultusunda şekillendirmekte aynı zamanda bir kişinin, toplumun yada bir grubun kimliğinin mimari oluşumlara yansımaları kaçınılmaz bir durum olmaktadır" ifadeleri bu durumu desteklemektedir (Albayrak, 2020). Kullanıcı ile birlikte hareket eden tasarımcı yada kullanıcının tamamen kendi tercihleriyle oluşmuş mekanlarda kimlikte kendiliğinden meydana çıkmış olur (Gerez,2001). Bir apartmanı düşündüğümüzde her daire birbirinden farklı yaşam alanı oluşturulduğunu görürüz. Kullanılan mekanlar aynıdır fakat farklı yaşamlar, farklı tasarımlar anı oluşan farklı mekan kimliklerini görürüz. Mekanlar, zaman içinde kullanıcı ve tasarımcının eskisinden farklı tasarımlar oluşturması, kullanım amacının değiştirilmesi ile eski mekanlar yenilenerek, yeni kimliklerine bürünebilirler.

- **Tasarımcı:** Tasarımcı her dönem yeni arayışlar içinde olmalı ve kendini yenilemelidir. Kendini tekrar eden tasarımlar oluşturmak yerine yeni tasarımlar ortaya koymalıdır. Kullanıcısını memnun etmekle birlikte farklı ve kalıcı tasarımlar oluşturmalıdır. Bazen de mevcut tasarımları yenileyebilmeli hatta yeni duygular katabilmelidir. Tasarımcının temel hedefi kullanıcılar üzerinde etki bırakması ve zihinde yer edinecek mekan tasarlamak olmalıdır. Tasarımcı mekanları oluştururken, estetik ve işlevsel olmasına önem göstermelidir. Kimlik taşımayan, beton yığını diyebileceğimiz bir çok yapılar vardır ve akılda hiç yer edinmez. Bunun yanında belki çoğu kişinin görmediği ama dilinde olan kimlikli şehirler vardır. İstanbul, Paris, Amsterdam, Roma gibi.



Şekil 25. Haydar Aliyev Kültür Merkezi

(Kaynak: Baki, 2014)



Şekil 26. Fournier Street

(Kaynak: <https://www.unasoffittaperdue.it>)

İstanbulu göz önünde bulundurursak, coğrafi oluşumları en iyi şekilde kullanmış bir şehirdir. Kimliğe sahip bir kent için tasarımcının en iyi yapacağı şey bu kimliği sürdürebilecek tasarımlar oluşturmasıdır. Kimliği oluşmamış mekanlarda yada oluşan kimlik değiştirilmek istendiğinde tasarımcı bu durumu en iyi şekilde çözümlenmeli ve yeni tasarımlarını sürdürebilmeli, farklı işlev farklı tasarımlarla yeni kimlik oluşturulabilir.

3.3. Algı

Mimarlık sözlüğünde mekan; 'Kişiyi çevreden belli bir ölçüde ayıran ve içinde çeşitli eylemlerini sürdürmesine elverişli olan bir boşluktur' şeklinde tanımlanmıştır (Hasol, 1990). İnsan, hayatı boyunca çevresinden topladığı bilgiler aracılığıyla anlam katmakta ve sürdürmektedir. Algılama, kişinin çevresini tanımak ve kavramasıyla başlayan bir süreç olduğu düşünülse, çevresini algılayan ve algıladığı çevresi ile arasında bir etkileşime sahip olan bir sürecin sonucu olarak vurgulanmaktadır (Ertürk, 1984).

Algı kavramı, gördüklerimizi duyuların etkisi ile öznel bilinçle yorumlamamız gibi görülsede; çevremizdeki uyarıcıların beş duyu organımızla anlamlandırılmamızla ilişkilidir. Algı, duyular yardımı ile bireyin bu güne kadar edindiği tecrübelerle birlikte yorumlanmasıdır. İnsanı etkileyen herşey ancak algılanması ile mümkündür. İnsanın çevre ile uyumu, fiziksel ve psikolojik açıdan bir denge kurması ile birlikte çevreyi tanıması yani algılaması ile bütünleşir. Tasarımcı algılama psikolojisini önemseyerek tasarladığı ürünleri kullanıcı algısına bırakır. Her mekan, kullanıcının algısı ile özgün karakterlere sahiptir. Mekanların görsel açıdan algılanması sürecinde mekanı kurgulayan bir çok etken kullanıcı algısını etkilemektedir. Algılama, çevreden gelen uyarıcı etkiler ile duyu organlarının bu uyarıcı etkileri hissebilmesi ve kavramasının bir bütün hale gelerek zihinde oluşturduğu olgudur. Bu bağlamda uyarıcı etkilerin algılanması, bireyin ilgi ve yönelimlerine bağlı önem kazanmaktadır (Aydınlı, 1986). İnsan algılarıyla çevresine ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda yön verirken, çevrenin sağladığı şartlarda kendini uydurduğu sürece mekan anlam kazanır. Bir mimariyi sadece gördüğümüzde bir anlam katamayız, bir mimariyi her yönüyle algıladığımız zaman anlam kazanır. Bir mekana girildiği zaman her yönüyle o mekan yaşanmalı ve hissedilmeli. Mekânsal algılama; bir yapı her zaman var olabilir, fakat algılayan insan olmadığı sürece mimarlığın bir önemi olmaz. Mekanın içine girildiğinde herkesin gördüğü ve hissettiği etki aynı değildir. Bu durumu etkileyen bazı faktörler vardır;

- Kişinin Oluşturduğu Özellikler:
 - Kişinin doğuştan gelen yani yaş, cinsiyeti gibi özellikleri
 - Aldığımızı eğitim, kültür, alışkanlık, deneyimleri gibi sonradan oluşmuş özellikleri

- Kişinin amaçları, duyguları, istek ve düşünceleri gibi geçiçi özellikleri
- Çevrenin Oluşturduğu Özellikler:
 - Bulunduğu çevreye ait fiziksel ve işlevsel özellikler
 - Donatı elemanlarının düzenleme özellikleri
- Algılanan Nesnenin Oluşturduğu Özellikler:
 - Nesnenin işlevsel ve fiziksel gibi sabit özellikleri
 - Nesnenin konumu gibi geçiçi özellikleri

3.3.1. Mekansal Uyarımı Etkileyen Algı Türleri

Mekan oluşturulurken, mekanın belirli sınırlayıcı elemanlar ile sınırlandırılmış olması gerekmediği gibi mekanı bütünden ayıran farklı yöntemlerin olması ile en önemli farkı ortaya koymaktadır. Bir mekan fiziksel olarak sınırlandırılabilir gibi sadece duyuların algıda etkisi ile de sınırlama oluşturulabilmektedir. Örnek vermek gerekirse, zeminde oluşturulan doku farklılıkları, mekanlar arası renk yoğunluğunun farklı kullanılması görsel algıda bir ayırıştırma yapabilmektedir. Algılama sürecinde bütün duyular farklı oranlarda mekana hakimiyet kurmakta ve algıyı etkilemektedir.

- **Boyutsal Algılama:** Bir mekanı görsel olarak anlamlandırılıp hisler çevresinde algılandığı söylenmektedir. Boyutsal algılama görsel algılamanın bir parçasıdır. Ölçek ve oran kavramlarının uygulanması ile birlikte işlev kuralları doğrultusunda estetik duygulara dokunularak kullanıcı karşısına çıkar. Bir mekanın boyutları sabit tutulduğunda, mekanın algılanmasını etkileyen tasarım öğelerini kullanarak farklı boyutssl etkilerin ortaya çıktığı görülmüştür.



Şekil 27. Dubai-Burj El Arab Hotel

(Kaynak: <https://www.bautrip.com>)



Şekil 28. Shanghai-Grand Hyatt Hotel

(Kaynak: <https://tr.hotels.com>)

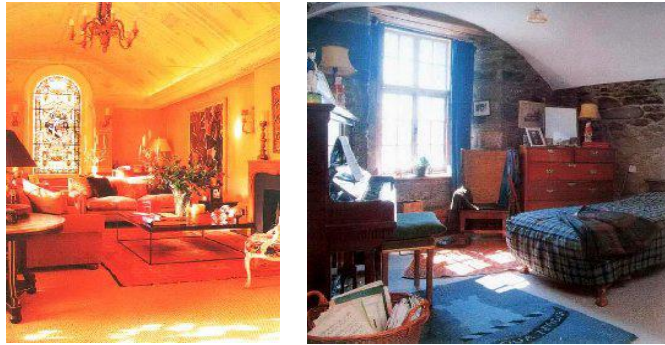
- **Görsel Algılama:** Mekanda görsel algı oluşmasında ışık faktörü mekanı ve mekanın içinde bulunan nesnelere daha görünür kılmasından dolayı özelliklerinin algılanmasında önemli bir yere sahiptir (Yılmaz, 2004). Bir mekanda açık renkler kullanıldığında mekan daha aydınlık, koyu renkler kullanıldığında ise karanlık etki verdiği ve anlaşılması daha güç hale getirdiği anlaşılmıştır.



Şekil 29. İspanya-Reads Hotel iç mekân görsel algıda renk kullanımı

(Kaynak: Öktem, 2007)

- **İsısal algılama:** Kullanılan malzemeler önemlidir. Taş psikolojik olarak daha soğuk, ahşap ise daha sıcak bir malzemeler olduğu için kullanıcıya farklı hisler uyandırır. Renkler, bulunduğumuz mekan içerisinde vakit geçirdiğimiz zamanı da etkilemektedir. Sıcak renklerin etkisinde olan bir mekanda geçen sürenin daha fazla olduğu fakat soğuk renklerin hakim olduğu bir mekanda geçen sürenin daha kısıtlı olduğu saptanmıştır (Göler, 2009).

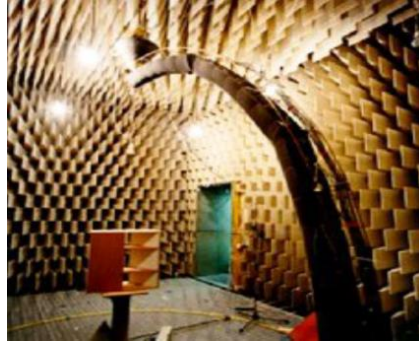


Şekil 30. Sıcak soğuk renklerin ısı algılamasına etkisi

(Kaynak: Waller, 1999)

Bazı dokusal özelliklerin mekanın bütün olarak algılanması sonucu daha sıcak veya daha soğuk bir etki uyandırdığı deneylerle saptanmıştır. Düz dokulu bir yüzey soğuk bir etki yaratırken, pürüzlü bir yüzey sıcak etki yaratmaktadır (Porter, 1979). Mekan oluşturulurken, doku özelliklerinin algıda sıcak ve soğuk bir etki yarattığı görülmektedir. Ayrıca düz bir dokudan oluşmuş yüzeyler soğuk etkiye sebep verirken, pürüzlü dokuların oluşturduğu yüzeyler daha sıcak bir etki oluşturmaktadır.

- **İşitsel Algılama:** Sesler mekansal yönlendirmelere yardım etmesi yönünden önemlidir. Mekanın işitsel olarak algılanmasında yankı ve yansıma süreleri farklı etkiler oluşturmaktadır. Farklı form özelliklerine sahip mekanlarda uzun yansıma süresi, küçük bir mekan algısı yaratmaktadır. Mekan oluşumunda etkisi olan malzeme kullanımı, dokusal karakterin oluşmasından dolayı farklı yutma özelliklerine sahip olmaları bu bağlamda işitsel algıyı etkileyen faktör olmaktadır (Göler, 2009).



Şekil 31. İşitsel algı etkisi

(Kaynak: Göler, 2009)

3.3.1.1. Mekanların algılanmasını etkileyen uyarıcılar

Algılamada uyarıcılar, konumu ve sahip olduğu özellikleri hakkında birer veri sunmakla birlikte algılama süreci içinde mekanın sahip olduğu boyutsal, dokusal ve hacimsel yapısı hakkında bilgi edinmemizi sağlamaktadır.

- Uyarıcının Şiddeti Ve Büyüklüğü: Daha büyük veya daha renkli görüntülerin daha çok dikkatimizi çekmesi örnek verilebilir.

- Uyarıcının Tekrarı: Aralıklarla tekrar eden uyarıcılar, sürekli olan uyarılara göre daha etkili olmaktadır.
- Uyarıcının Konumu/Durumu: Uyarıcının konumu dikkat çekme açısından önemli bir yere sahiptir.
- Uyarıcının Devinimi: İnsan da dikkat ve ilgiyi uyaran olmakla birlikte kendi başına ilgiyi üzerine almasından dolayı bir etmen olarak saptanmıştır.
- İç Etmenler: Çevre üzerinde algı oluşturmasında kişiden kişiye farklılık gösteren bir etmendir. Her bireyin kendine göre bir yönelimi ve psikolojisi vardır bundan dolayı seçimsel ve motive edilmiş algısal yönelmeler oluşturmaktadır.

İnsan etrafında olanları duyu organları ile algılar bundan kaynaklı duyu organlarımız algılama sınırları içerisinde olması ile birlikte anlam kazanması için dikkat ve ilginin de yönetilmesi gerekmektedir.

- Dış Etmenler: Çevreden gelen ve bizde seçimsel algılama sürecini başlatmasına sebep olan etmenlerdir. Örneğin, görsel algılama için renk faktörü önemli bir uyarandır ve renklerin etkisi ile görsel çeşitlilik sağlanmaktadır.

3.3.2. Mekanın Algılanmasında Etkili Olan Tasarım Öğeleri

Renk, biçim ve doku gibi tasarım elemanlarının algı türleri üzerinde etkiliği olduğu görülmüştür. Tasarımcı tasarım elemanlarını bilerek etkin bir şekilde kullanarak kullanıcı psikolojisine değinerek kullanıcının mekanı en iyi şekilde algılamasını desteklemektedir. Mekanın algılanması için; renk, ölçü, dokunun yüzey ve mekan üzerinde oluşturduğu uyarıcı özelliğinden etkilenecek her birinin farklı bir anlam oluşturması ile oluşturulur.

- **Renk:** Mekana karakter ve nitelik kazandırır. Renkler, farklı psikolojik etkilere sahiptir. Her insanda farklı etki gösterse de yapılan araştırmalarla rengin yarattığı genel etkilerle ilgili bir genelleme yapılması mümkündür.



Şekil 32. Kuggen Binası-Göteborg **Şekil 33. Spectrum apartmanı-Box Hill**

(Kaynak: <https://www.mimarizm.com>) (Kaynak: <https://www.mimarizm.com>)

Zıt renkler, yatay ve düşey doğrultuda kullanıldığında farklı etki yaratır. Mesela yatay şekilde kullanıldığında genişlik hissi verirken, düşey kullanıldığında yükseklik duygunu hissettirir. Sarı rengine yakın ortaya çıkan renkler daha sıcak bir etki yaratırken, mavi rengine yakın ortaya çıkan renkle ise daha soğuk bir etki yaratmaktadır. Bu bağlamda sıcak renklerin etkisinde kalarak insanlara daha yakın bir algı görünürken, soğuk renkler insanlardan daha uzak bir algıda görünmektedir.



Şekil 34. Görsel yolla mekan algısı yaratma

(Kaynak: Alici, Paktaş, 2020)

Renkler, insan psikolojisi için önemli yer tutar. Bütün renklerin mekana yansıttığı bir algı vardır.

- Mavi, rengin performans ve verimliliği artıldığı tespit edilmiştir. Araştırmalara göre öğrencilerin mavi odalardan daha başarılı olduğu görülmüştür. Bu araştırmaya göre çalışma odalarını maviye boyamak lazımdır. Yine araştırmalara göre iştah kapatıcı etkisi olduğu için restoran cafe gibi yemek yeme alanlarının olduğu yerlerde mavi renginden kaçınılmalıdır.

- Mor, gizliliğin hatta bilinmeyenin rengi olarak tanımlanabilir. Bir mekanı kapladığında tedirgin edici olabilir.
- Beyaz, saflığın temsilidir. Boşluğu anlamdır. Bir mekanı daha ferah hissettirme etkisi vardır.
- Sarı, ferahlatıcı bir etkiye sahiptir.
- Kırmızı, tutkunun rengidir. Enerji ve güç verme özelliği vardır. Bir mekanda özellikle yemek yeme eyleminin bulunduğu mekanlarda tercih edilmesi, iştah acıcı etkisi olduğu saptanmıştır.
- Turuncu, sıcaklık ve aktif enerji verir.
- Yeşil, Mutluluk veren bir renktir. Doğanın rengi olarak da tanımlanabilir. Gözü dinlendirir. Tasarımlarda büyük ölçüde bu rengin kullanımı göze çarpmaktadır.



Şekil 35. Sıcak soğuk renk kullanımı

(Kaynak: Öktem, 2007)

- **Doku:** Duyularla algılayabildiğimiz fiziksel yüzey özelliklerini ifade eden temel tasarım ögesidir. Doğadaki her nesnesinin kendine özgü bir özelliği vardır. Doku, nesnelerin yapısal özelliği için önemli bir faktördür. Mekanda kullanılan malzeme farklılıklarına göre kullanıcıya farklı etkiler bırakır. Buzdan yapılmış bir oteli gördüğümüz an bile soğuğu hissederiz. Yüzeylerin dokusu, mekanın algısını bu bağlamda mekanın karakterinin oluşması için etkileyici bir faktördür. Mekan algısında doku, mekan ve malzeme arasında oluşturulan ilişkiyi dengede tutan ve karakterize olmasına sebep olan önemli bir kavram oluşturmaktadır. Rengin algıda oluşturduğu etkiyi doku ile değiştirilmektedir. Aynı renklerle oluşturmuş fakat farklı dokular ile desteklenmesi sonucunda renklerde oluşan ton farkını ortaya çıkartmaktadır. Doku özelliklerinin bir mekanı bütünü ile

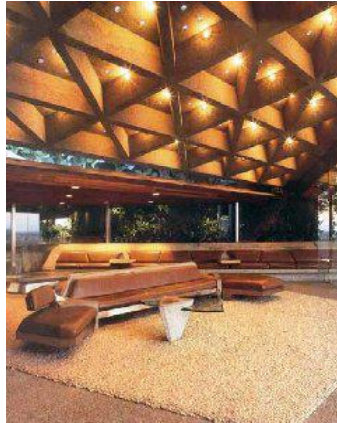
kapsaması, mekan algısında sıcak veya soğuk etki yaratmaktadır. Düz bir dokudan oluşmuş yüzeyler soğuk etkiye sebep verirken, pürüzlü dokuların oluşturduğu yüzeyler daha sıcak bir etki oluşturmaktadır (Porter, 1979).



Şekil 36. Gaudi'nin doku kullanımı

(Kaynak: Göler, 2009)

- **Malzeme:** Malzemenin değişen özellikleri ile mekana görsel etkiler yaratılır. Mekanda genişlik, aydınlık, derinlik, soğuk, sıcak, yumuşak, sert gibi etkiler yaratarak algıyı doğrudan etkiler. Mekan kurgusunda kullanılan malzemelerin her birinin mekan üzerinde yarattığı etki farklı olmakta ayrıca birkaç malzemenin birlikte kullanılması, malzemenin özellikleri düşünülerek kullanılan bölümlere uygun olması ile gerçekleşir. Birlikte kullanılan malzemenin ve her bir malzemenin mekanda yaratacağı görsel algı çeşitliliği oluşturmakla birlikte önemli ortaya konulmuş olur (Göler, 2009).



Şekil 37. Doğal Ahşap, Frank Gehri, Interior Design Show, 2008

(Kaynak: Göler, 2009)

- **Biçim:** Rengi, dokusu, şekli ile dış görüşüne dair görsel nitelik kazanan yüzeylerden oluşmaktadır. Belirli sınırlandırmalara bağlı olarak mekanlar biçim kazanmakta ve algılanmaktadır.



Şekil 38. İspanya-Hotel Marques De Riscal

(Kaynak: Öktem, 2007)

- Yakınlık İlkesi: Birbirleri ile yakınlık gösterdiğinde gruplaşma yönelimi gösterir.
- Benzerlik İlkesi: Birbirleri ile benzer oldukları zaman gruplaşma yönelimi gösterir.
- Devamlılık İlkesi: Birbirleri ile organize olmaları daha geniş alanda biçimler organize olanacaklarını önceden belirler.
- Kapalılık İlkesi: Devamlılık ilkesinin özel halidir.
- Çevreleme İlkesi: Aynı doğrultuda değişim veya hareketlilik gösteren figürler, grup oluştururlar.
- **Ölçü ve Oran:** Oran ve ölçülere uygun bir mekan yaratılması, kullanıcının mekanı algılamasında daha etkili olduğu görülmüştür. Ölçü ve oran mekansal algılamayı belirginleştiren bir faktördür. İnsan ölçülerini göz önünde bulundurarak tasarım yapılması, insanın mekn ile uyumunu sağlanmasını destekler ve rahatça kullanım olanağı sağlamaktadır.
- **Isı:** Mekanın ısı değerlerinin altında veya üstünde olması kullanıcıyı rahatsız eder ve bu mekanda bulunma süresini kısaltmaktadır.
- **Işık:** Işık mekanı daha algılanabilir olmasını sağlar. Işığın doğru kullanımı ile mekana yeni bir anlam kazandırılabilir. Işığın etkisi ile objeleri ön plana

çıkartılabilir, doku farklılıkları oluşturulabilir, yüzeyleri yakınlaştırma ve uzaklaştırma gibi kullanımlara açık etkili tasarımlar oluşturulabilmektedir. Kullanılan aydınlatma ile oluşturulan formlar ve kullanılan malzemesinin renkleri gibi mekanı oluşturan temellerin etkilenmesi ve daha belirgin ifade edilmesi ışık faktörü ile doğrudan ilişkilidir.



Şekil 39. Işığın algıya etkisi

(Kaynak: Göler, 2009)

- **Ses:** Bir mekan, kulağa gelen sesin niteliği ile algılanabilir. Belirli seslerin yankılanması ile mekana genişlik veya daha dar bir mekan algısı katılabilmektedir.
- **Koku:** Mekana tanımlanabilir bir özellik katmaktadır. Tuvalet veya mutfaktan gelen kötü kokular insanları rahatsız eder ve bu durum insanın o ortamdan uzaklaşmasında etkili rol oynar. Bir mekana girdiğimiz de güzel bir koku ile karşılaşmamız, o mekana tekrar geldiğimizde de o kokuyu hatırlamamıza hatta kapıdan girerken o kokuyu tekrar hissedeceğimiz algısının oluşmasını sağlamaktadır.

3.4. Otel İç Mekanlarının Tasarımı

Tasarım zihminizde oluşturduğumuz fikirleri somut bir halde ortaya koyarak gerçekleştirilen süreçtir. Tasarımcının zihninde oluşturduklarını betimlemesidir. Betimlemelerin doğru sonuç verebilmesi ve nitelikli olması için mimari tasarım süreci izlenmektedir.

Tasarım süreci genel anlamda 5 adımla gerçekleştirilmektedir.

- **Sorunun/Problemin Tanımlanması:** Bir tasarımı oluşturabilmemiz için öncelikli olarak bir ihtiyacın yada konunun olması gerekir. Belirlenen mekan için, yapılacak aktivitelerin türü veya kullanım alanlarında bu aktivitelere ne ölçüde yer verileceği belirlenmelidir.
- **Bilgi (Veri) Toplama Aşaması:** Tasarım süreci için işlevler hakkında bilgi toplamak en önemli aşamadır. Kültürel, sosyal, ekonomik gibi mevcut durumlar hakkında yeterince bilgiye sahip olmak gerekmektedir. Bu bilgiler tasarımın tanınması ve tanımlanması için gereklidir.
- **Analiz (Çözümleme) Aşaması:** Toplanan veriler bir araya getirilerek değerlendirilir. Analiz edilerek amaç saptanır bu bağlamda ihtiyaçlar belirlenir tasarımı etkileyecek temel kararlar alınır. Analiz doğrultusunda işlev şeması oluşturulur.
- **Sentez (Birleşim) Aşaması:** Veri toplamaları ve analiz sonucunda geliştirilen olgular ele alınarak yeni çözümlere varmak için birleştirilmesi gerekmektedir. Bu birleştirmeler sayesinde yaratıcı niteliklerin ortaya çıkartıldığı aşama olarak açıklanabilmektedir.
- **Değerlendirme (Karar) Aşaması:** Toplanan veriler ele alınarak en uygun çözüm önerileri değerlendirilir. Tasarımcı kullanıcı beklentilerini, tasarım algısını, işverenin isteklerini göz önünde bulundurarak kendine özgü oluşacak tasarımı seçmektedir. Sentez aşamasında yaratılan çözüm önerilerinden birini seçerek karar verme aşamasıdır.

Mimari tasarım sürecinde tasarımcı, mekanda elverişlilik yaratmalı ve daha iyiye ulaşmak için bütün incelemeleri yapmalı bu bağlamda değerlendirip bir sonuca varmalıdır. Mekan özelliklerini belirleyerek mekan tasarımında bütünden parçalara veya

birimden bütüne varma yollarını seçebilmektedir. Mekanların işlevselliği, mekan kurgusu, mekanlar arası dolaşım, malzeme uyumu gibi faktörlerin birbirleri ile uyum içerisinde olması bir mekan tasarımının başarısını yada başarısızlığını göstermektedir. Kullanıcıların istek ve ihtiyaçları göz önünde tutularak mekanı doğru algılamalı ve yorumlaması için oteli oluşturan mekanların belirlenmeli, mekanlar arası sirkülasyon ilişkileri doğru çözümlenmelidir.

3.4.1. Otel Tasarımında Roller

Tasarım sürecinde işlevsel, teknolojik, ekolojik, ekonomik, biçimsel ve estetik gibi yaklaşımlar bir bütün olarak düşünülmekte ve bu yaklaşımlar farklı kişi ve kuruluşlar tarafından ele alınarak mekân organizasyonu yapılmaktadır. Mekân organizasyonunun belirlenmesi için eylem türlerinin saptanması, eylem gruplarının işlem analizinin yapılması, insan ve araç bağlantı ilişkisinin araştırılması gerekmektedir (Can, 2004).

- **Tasarımcı**

Otel tasarımında en büyük rolü tasarımcılar yani mimar yada iç mimarlar üstlenmektedir. Tasarımcı öncelik olarak otel sınıfına ve türüne uygun olarak çalışmaları incelemekte bu bağlamda kullanıcısı tespit etmeli ve buna yönelik tasarım oluşturmaktadır. Tasarlanan otele kimlik verebilmek en çok tasarımcının elinde olan bir durumdur. Mekana verilmek istenen kimliği her detay da kullanıcıya yaşatmalı ve hissettirmelidir. Örneğin doğanın içinde bir organik bir otel tasarımı yapıldığı zaman; müşteriye sunulan yiyeceklerinde organik olması hatta kendi bahçesinden koparılan ürünlerin olması kullanıcı için olumlu bir algı oluşturmaktadır. Kullanılan mobilyaların abartıdan uzak doğal ürünler olması, fonda çalan bir müziğin ortamın doğallığına uygun insanı rahatlatan etkiye sahip olması bu bağlamda tasarımcının detaylarla bir bütün oluşturması tasarımcının mekan kimliğini güçlendirmesi ve mekana duyulan ilgiyi artırmasına büyük ölçü de yardımcı olmaktadır.

- **Kullanıcı:** Tasarımcı bir mekanı tasarlar ve kullanıcı algısına bırakır. Bir tasarım, kullanıcının mekanla karşı karşıya gelmesi algılamasıyla başlar. Tasarımcı bir kimlik yaratabilir fakat kullanıcı bu kimliliğin devamlılığını sağlamak adına büyük önem taşımaktadır.

Otel mekanlarının iki grup kullanıcısı vardır. Bütün hizmetlerden yararlanan konuklar ve mekanları geçici günübürlük kullanan konuklar olarak ayırmak mümkündür. Bu iki kullanıcı grubu göz önünde bulundurulur ve birbirleri ile olan ilişkileri göz önünde tutularak kullanıcıların istek ve ihtiyaçları tasarımda önemli rol oynamaktadır.

- **Uzmanlar:** İnşaat, makine ve elektrik mühendisi gibi mühendisler otelin inşa edilmesi sürecinde önemli rolleri bulunmaktadır.
- **Finansörler Ve Sermayedarlar:** Devlet, bankalar, otel zincirleri, yatırım ve kredi kuruluşları, tasarlanan otelin yapımında maddi yönden gelir sağladığı için önemli rolleri bulunmaktadır.
- **Yapımcı:** Otel inşaatını yüklenen firma ve bu firmaya bağlı taşeron firmalar yapımcı olarak rol üstlenmektedir.
- **Devlet, Kamu, İdareci, Kanun, Yönetmelik Ve Şartnameler:** Otel inşaatı ve işletmesi için gerekli izni veren ruhsat bürosu, belediye, Turizm Bakanlığı gibi kamu kuruluşları, Turizm Yatırımları Nitelikleri Yönetmeliği, Turizm Teşvik Kanunu gibi kanun ve yönetmelikler otel yapımında etkili olmaktadır.

Otelin içinde bulunduğu çevre ve arsa sahipleri, peyzaj mimarları, tasarımında etkili grafikerler, tekstille ilgilenen firmalar gibi görev dağılımında etkisi olanlar bu listede rol alabilmektedirler.

3.4.2. Otel Tasarımını Etkileyen Temel Faktörler

Tasarımcının deneyimi, algısı, kültürel birikimi, düşünce yapısı gibi faktörler oluşturduğu tasarımı etkilemektedir. Bu faktörler farklı tasarımcıların, aynı mekanı birbirinden farklı çözümler getirmesini sağlamaktadır. Tasarımı etkileyen diğer faktörler, tasarım sürecinde tasarımcıdan bağımsız olarak oluşmaktadır. Her tasarımın problemi, niteliğine göre farklılık göstermektedir.

Otel tasarım sürecinde, tasarımcının karar verme ve problem çözme eylemlerinin oluşmasını etkileyen temel faktörler şu şekilde belirtilmektedir (Çakırkaya, 1995):

- **İşletme Faktörü:** Otel işletmeleri, işletme politikalarında kendilerine yönelik bazı temeller oluşturmaktadır. Otellerin, hizmet vereceği kullanıcısı, tasarımcısı

ve otelin ticari imajı otelin işletme politikası ile birlikte yürütülerek planlanmalıdır.

- **Turizm Faktörü:** Turizm sektörüne hizmet veren oteller, turizm sektörü için kar amacı ile daha büyük bir konuma sahip olması işletmelerin politikalarını ve otel tasarımından olan beklentilerini yüksek ölçüde etkilemektedir. Turizm hareketleri, gelir-giderler, ziyaretçi turistler turizm sektörüne bağlı olarak otel tasarımının etkili bir yer oluşturmaktadır.
- **Ekonomik Faktörler:** Otel işletmelerinde yatırımcının temel amacı kar edebilmek olduğu için yatırımcı işletme politikası ile işletme maliyetlerini kontrol altında tutmaya çalışmaktadır. Ekonomik beklentileri karşılayacak otel tasarımı oluşturulmalıdır.
- **Kanunlar Ve Yönetmenlikler:** Devlet, turizmin gelişmesine katkıda bulunmak amacıyla teknik alt yapı oluşturmakta, gümrük, güvenlik, sağlık, ulaşım gibi çeşitli genel hizmetlerin organizasyonunu sağlamakta ve yatırım, yenileme ve işletme aşamalarında turizmi çeşitli yöntemlerle teşvik edip bölgesel gelişme planları hazırlamaktadır. Bu işlevleri yerine getirmek için, işlemleri organize eden ve hukuki bir tabana bağlayan kanunlar hazırlanmaktadır (Öktem, 2007).
Kanun ve yönetmelikler, otel tasarımını büyük ölçüde etkilemekte ve işletmelerin niteliklerini belirleyip işletmeler arasında bütünlüğü sağlamaktadır.
- **Mimari Akımlar Ve Eğilimler:** Mimari tasarımda olduğu gibi otel tasarımlarında da tasarımcı akımlardan etkilenmektedir. Bir kimliği oluşmamış ve birbirinden bir farkı olmayan otellerin çoğalması ile birlikte tasarımcı diğer otellerden kendini ayıran, belli bir imaja sahip olmayı hedefleyen oteller tasarlamaktadır. Akımların etkisi altında bulunduğu ülkenin kültürel ve geleneklerinin etkisinde şekillenerek yeni bir arayış içinde bulunmaktadırlar.
- **Mekansal Ve İşlevsel Faktörler:** Otel tasarımında birbirini destekleyen bir çok işlev bulunmaktadır. Tasarımcı bu işlevleri doğru saptamalı ve işlevlerin gerektirdiği gereksinimleri göz önünde tutarak tasarımını oluşturmaktadır. Bu bağlamda işlevlerin birbiri ile bağlantısını iyi konumlandırmalıdır.

- **Fiziksel Faktörler:** Yakın çevre ve fiziksel çevre koşullarına ilişkin faktörlerin saptanması ve kullanıcı için iklimsel, akustik ve görsel konfor gibi faktörlerin fiziksel konfor koşulların desteklenmesi sağlanmaktadır.
- **Teknik Faktörler:** Teknoloji, otel donanımlarını ve kullanıcıya sunulan hizmetlerin kalitesini büyük ölçüde etkilemektedir. Otellerde güvenlik sisteminin kullanılması ve can-mal kaybına yönelik önlemlerin alınması büyük önem taşımaktadır.

3.4.3. Otel İç Mekanlarını Tasarlama İlkeleri

Mekan dağılımında, otel çevresinin etkisi, hizmet kalitesi, bağlı olduğu kurumun prensiplerinin etkileri göz önünde tutularak hazırlanan ihtiyaç programı ile oluşturulmaktadır (Çakırkaya, 1995). Tasarımcı otel tasarımına başlamadan önce kullanıcı tanımlarını yapmalı, kullanıcı ihtiyaç ve beklentilerini araştırmalı, fiziksel çevre koşullarını ve psiko-sosyal çevre problemlerini saptamaktadır.

- **Kullanıcı Tanımlarının Yapılması**

Bir mekanın kullanımı, kullanan kişi sayısı, kullanım eylemleri ve kültürel ilişkileri ile birlikte her bireyin sahip olabileceği öznel gereksinimleri doğrultusunda şekillenmektedir. Otel işletmelerinde, hizmet sunan ve hizmet alan olarak olarak iki grup kullanıcı vardır. Otel müşteri tipini, yaşam çeşitleri, gelir düzeyleri gibi faktörler tasarım kararlarının alınmasında etkili rol oynamaktadır.

- **Kullanıcı Gereksinimleri**

Kullanıcının ihtiyaç ve beklentilerinin doğru saptanması ile mekanın tasarlanması, oluşturulacak tasarımın kullanıcı algısı için büyük önem taşımaktadır. Kullanıcının gereksinimleri, mekan içerisinde yaşamını fizyolojik, toplumsal ve psikolojik rahatsızlıklara yer vermeden sürdürebileceği aynı zamanda işlerinde verimli olmasına destek sağlayacak olanları sunan çevre koşullarıdır (Ertürk, 1977).

- **Fiziksel Çevre Problemleri**

- **İşlevsel Problemleri:** Mekanlar arasında sirkülasyon ilişkisi, işlevselliği, mekanlar arası geçişlerin doğru konumlanması ile birlikte genel kullanım alanlarından özel kullanım alanlarına doğru düzenlenmesi önem taşımaktadır.
- **Çevre Şartlarına İlişkin Problemleri:** Kullanıcıyı içine alan fiziki koşullar yüzünden çıkan problemlerdir. Fiziksel durumun korunabilmesi için otelin temel gereksinimlerinin karşılanması gerekmektedir.
- **Tesisat Ve Mekanik Donanıma İlişkin Problemleri:** Oteller de tesisat ve mekanik hacimler, tesisat ve mekanik sistemlerle ilgili problemlerin oluşması ve onarım olanaklarının yaratılması durumunda çatıya yakın veya oda katları ile ortak mekan arasında konumlandırılmaktadır.
- **Emniyete İlişkin Problemleri:** Emniyet, kaza, su baskını, deprem, yangı gibi çevre şartlarından korunma problemlerini oluşturmaktadır. Otel işletmeleri bu bağlamda büyük önlemler alarak güvenliği sağlamaktadır.
- **Kısıtlamalardan Doğan Problemleri:** Teknolojik, ekonomik, yapı malzemesi, doğal ve yapay çevre kısıtlamaları gibi faktörlerin oluşturduğu problemlerdir.
- **Psiko-Sosyal Çevre Problemleri:** İnsanın çevresinin etkisi ile oluşan kültürel ve algısal ilişkileri psiko-sosyal çevre problemlerinin temel konusudur.
- **Davranışsal Problemleri:** Kullanıcıların birbirleriyle ilişkileri, tasarlama sürecine etkileri, eylemleri ve davranış farklılıklarını içeren problemlerdir.
- **Mahremiyet Problemleri:** Kullanıcıların istekleri doğrultusunda gerekli mahremiyet sağlanmalıdır.
- **Estetik Problemleri:** Otelin bütünü ile mekan birimlerinin birbirleri ile estetik bir bütünlük sağlaması gerekmektedir.
- **Çevre İmajına İlişkin Problemleri:** Kişinin algısında oluşturduğu çevre ile bütünlük uyumunu aramasından oluşan bir problemdir.

- **Mekanın İfade Değerine İlişkin Problemleri:** Mekanın bir bütün içerisinde detaylarla birbirini tamamlaması beklenmektedir. Mimari özellikleri, müzik kullanımı, kültürel etkinin yaatılması gibi özellikler birlikte değerlendirilmelidir.

3.4.4. Otellerde Kullanım Alanları

Otel tasarımını etkileyen gereksinim ve problemler belirlendikten sonra mekan dağılımı ve iç mekanların tasarlama ilkelerinin belirlenmesi gerekmektedir. Her otelin sahip olması gerektiği dört mekan bulunmaktadır. Yatak katları, ortak alan, idari bürolar ve servis alanları olarak adlandırılabilir. Otelin kimliği doğrultusunda bu mekanlar çeşitlik kazanmaktadır. Öncelik olarak otel kullanıcı saptanarak ihtiyaç programı hazırlanmalı ve otel kimliğine uygunluk gösteren mekanlar oluşturulmalıdır. Otel tasarımında mekanlar, fonksiyonel kullanım özelliklerine gösterdikleri ayrıcalıklara yönelik gruplara ayrılmaktadır. Bu mekanların her biri birbirinden farklı bağımsız işlevlere sahip olsalarda otel tasarımında bir bütün olarak yer aldıkları için ve aynı amaca hizmet ettiklerinden dolayı bir bütün olarak değerlendirilmektedir. Her bölümün kullanım amacı farklı olduğu için mekanların kat dağılımları özelliklerine göre şekillenmektedir.

Ortak kullanım alanları, bütün kullanıcıların ortak kullanımına sunulan mekanlardır. Mekanları geçişi, günü birlik kullanıcılarda ortak alanlardan faydalanmaktadır. Otel gece konaklayan kullanıcılar haricinde yiyecek içecek mekanları, toplantı salonları, kongre salonları, gece kulüpleri ve balo salonlarına ilgi gösteren kullanıcılar sayesinde yıl boyunca kazanç sağlamaktadır. Otel iç mekanlarının tasarlama ilkelerini uyarak tasarlanan otel yapılarında kullanım alanları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır.

3.4.4.1. Ortak kullanım alanları

- **Giriş Mekanları:** Kullanıcıya otel hakkında ilk izlenimi ve genel özelliklerinin oluşmasını sağlayan kullanıcının otel ile ilgili ilk algısının olduğu bölümdür. Otel seçiminde kullanıcının karar verme aşamasına etki eden önemli bölümlerden biridir. Otelin dışından bakıldığında bile müşterinin ilgisini çekecek görsel anlamda zenginleştirilmiş olması önemlidir. Giriş bölümleri kullanıcı tarafından kolay algılanabilir olmalı ve görsel anlamda zengin bir

görünümüne sahip olması ile birlikte giriş bölümünün zenginliği dışarıya da yansıtılmalıdır. Giriş bölümünde önem verilmesi gereken, kullanıcının dikkatini çekecek şekilde saçak ve giriş kapısının tasarımının yapılmasıdır.



Şekil 40. Raffles, Singapur

(Kaynak: <https://decombo.com>)

- Giriş saçığı müşterileri özellikle hava şartlarını olumsuz etkilerinden korumak amacı ile ana bina ile birlikte tasarlanmalıdır.
- Ana girişte yaya olarak veya motorlu araçla gelen kullanıcılar, yolcu otobüsleri için yeterli alan oluşturulması ayrıca tekerlekli sandalye kullanan engelli kişiler için de gerekli düzenlemelerin yapılmış olması gerekmektedir.
- Otelin girişinde araç trağinin kolay çözümlenebilir olması gerekmektedir.
- Büyük turizm yapılarında, yoğun kullanıcı kalabalıklığını azaltmak bu bağlamda restoran ve diğer etkinlik alanlarının bir kimliğinin oluşması adına ayrı girişler düzenlenmesi gerekmektedir. Konaklamak için bulunmayan kullanıcılar için restoran ve ziyaret salonlarının ayrı giriş kapısının olması ana giriş kapısını rahatlatır ve kullanıcı içinde kolay ulaşımını sağlamaktadır.
- Giriş kapılarının zengin görüntüsünün yanında işlevsellik açısından da önemine dikkat edilmektedir.
- Mekansal olarak bir geçiş yaratan giriş mekanı ısı açısından sıcak-soğuk mekanlar, ses açısından gürültülü-sessiz mekanlar, ışık açısından aydınlık-karanlık mekanlar şeklinde tanımlanabilir (Yolcu,E.,2006).
- Giriş mekanlarında kullanılan malzemeler kolay değişebilir ve rahat temizlenebilir olması yönünden önem oluşturmaktadır.

- Şehir otellerinde gece aydınlatma düzeni oluşturulmalı, ışıklandırma giriş bölümünü etkin bir şekilde vurgulamalı, iç mekanın rahat algılanabilir olması sağlanmalı ve kullanıcıya güven algısı oluşturmalıdır.
- **Lobi Mekanları:** Giriş bölümünden hemen sonra kullanıcının karşılaştığı mekan lobidir. İşlevsel ve konumsal yönüyle kullanıcıya iyi bir algı oluşturması otel için büyük önem taşımaktadır. Otele yolu düşen bütün kullanıcıları karşılayan lobi, kullanıcıya otel hakkında ilk algının oluşmasını sağlayan giriş mekanı ile aynı önemi taşır. Otelin oluşturduğu imaj ve kimlik açısından önemli rol oynamaktadır. Otel lobileri, otelin prestij sahibi olduğu mekanlardır. Otel kimliği oluşumunu ve algılanmasını etkilemede büyük önem taşımaktadır. Lobi, kullanıcı üzerinde en büyük etkiyi oluşturan mekanlardır. Kullanıcı otel hakkında çoğu bilgiyi lobi tasarımından almaktadır bu bağlamda lobi elemanlarının planlı konumlandırılması ve tasarımında detaylara önem verilmesi ile birlikte dikkat çekici olması kullanıcı üzerinde kalıcı ve olumlu bir etkiye sahip olmaktadır.



Şekil 41. Stüdyo M Hotel, Singapur

(Kaynak: <https://decombo.com>)

- Lobi bölümünde bulunan oturma elemanları otelin kimliğine uygun ve otel bütünü ile belli bir konsept çerçevesinde şekillenmektedir.
- Lobi kullanıcıyı diğer mekanlara yönlendiren ana sirkülasyon alanıdır. Bundan dolayı da lobi mekanı otel bölümünde en çok kullanılan alan olmaktadır.
- Kullanıcıların otelden beklediği fiziksel, psikolojik ve sosyal bütün ihtiyaçlarını karşılayabilir olmalıdır.
- Lobi de ticari bir alan içerisinde mağazalar oluşturulabilmektedir. Kullanıcının ihtiyaçlarını karşılaması yönünden ve otelden ayrılırken otele dair hatıra

götürme anlamında kullanıcın beklentisini karşılayabilir düzeyde oluşturulmalıdır.

- Lobi mekanlarına canlılık katmak ve daha keyifli bir hale getirmek adına canlı müzik alanı oluşturulabilir.
- Lobi mekanları daha yoğun kullanım alanı olduğu için kullanılan malzeme seçimlerine büyük ölçüde dikkat edilmesi gerekmektedir. Özellikle döşemede dayanıklı malzeme seçimine önem verilmelidir. Gürültüyü önlemek adına döşemede halı kullanılabilir.
- **Yeme-İçme Mekanları:** Kullanım alanları açısından yoğun olarak kullanılan bir diğer mekan ise yeme-içme mekanıdır. Sadece otelde kalan müşteriler için değil dışarıdan gelen kullanıcılara da hizmet vermesi yönünden dinamik bir mekandır. Hizmet mekanlarının tümünde olduğu gibi mekanın kurgusu ve servis hizmetleri kullanıcının ihtiyaçlarını karşılayabilir düzeyde olmalıdır. Otellerde bulunan kafe, restoran gibi yeme-içme mekanları günümüzde büyük bir öneme sahiptir. İnsanlar keyif almak ve hoş vakit geçirmek adına bu mekanları ziyaret etmek de aynı zamanda yoğun iş temposunun artmasıyla toplantılar akşam yemekleri verilerek düzenlemektedir. Yemek yeme ihtiyaç olduğu kadar kültürel bir etkileşimdir. Birbirinden farklı mutfaklar kültür turizminde önemli bir yer tutmaktadır. Yöresel yemekler günümüzde büyük ilgi görmekle birlikte yeme kültürünün sergilendiği yeme-içme mekanlarının oluşturulması büyük bir önem taşımaktadır. Yemek yeme mekanları otellerin gelirleri açısından da önemli bir yere sahiptir.
- Otellerde yeme içme mekanı olarak; restaurantlar, kokteyl salonları, barlar ve gece kulüpleri olarak sınıflandırılabilir.
- Yeme içme mekanları genel olarak otel lobisi ile bağlantılı sirkülasyonu kolay bir şekilde konumlandırılması ulaşım kolaylığı sağlamaktadır.
- Restoran, kafe ve bar gibi mekanlar birbirinden bağımsız fakar işlevsel açıdan doğru konumlandırılmalıdır.
- Yeme-içme mekanlarındaki oturma alanları, otelin konumuna, büyüklüğüne, belirlenen konseptte ve işletme sahibinin yeme-içme mekanlarına verdiği değerle

şekillenmektedir. Minimum otelde bulunan oda sayıları ile doğru orantılı olmalıdır.

- Lüks otellerde, kullanıcı kitlesine ve gereksinimlere bağlı olarak birden fazla restoran ve bar bulunmaktadır. Kahvaltı ve açık büfe hizmeti veren bölüm ile alakart olarak hizmet veren bölüm olarak ayrılabilir.
- Lobi ile bağlantılı hizmet veren bar dışında otel kullanıcılarının yoğun bulunduğu mekanlarda da çeşitli barlar konumlandırılabilir.
- Bazı otellerde gece kulübü hizmetleri de verilmektedir. Gece kulüpleri otelin tanıtımı ve imajı açısından katkıda bulunabilmektedir.
- Otelin hizmet vermeyi hedeflediği kullanıcı profili, otelin konumu, otelin konsepti, otelin oluşturduğu kimlik gibi bazı faktörler yeme içme mekanlarının tasarlanmasında malzeme seçimi, servis sistemleri, menü tasarlanması, mutfak tasarımı, konseptte uygun müziklerin oluşturulmasını büyük ölçüde etkilemekte ve bundan dolayı farklı tasarım fikirlerine gidilmesini sağlamaktadır.
- **Çok Amaçlı Salonlar:** Çok amaçlı salonlar balo, toplantı ve sergi salonları gibi mekanlara hizmet vermektedir. Son günlerde bu alanlar büyük önem kazanmakta ve kongre turizminin de etkisi ile otel amaçlarına göre şekillenmektedir. Çok amaçlı salonlar, seminerlere, şirket toplantılarına ve özel davetlere hizmet verecek nitelikte tasarlanmalı bundan dolayıda kullanıcı ihtiyaçları ve istekleri göz önünde tutularak otelin konsepti ile bir bütün oluşturmalıdır. Çok amaçlı salonlar oteller için önemli bir gelir kaynağıdır. Özellikle büyük organizasyonlara yer veren otellerin salonu, akustik açıdan büyük ölçüde dikkat edilmesi gerekmektedir. Kongre turizmine önem veren oteller, diğer otellerden farklı tasarım oluşturarak fark yaratmalıdır.
- Görsel algıyı etkilemek adına fonksiyonel mekanlar en iyi şekilde tasarlanmalıdır.
- Konferans salonları gerektiğinde bölünebilir düzende olmalıdır.
- Sergi salonlarında genellikle güneş ışığının içeri girmesi pek tercih edilmediği için buna uygun şekilde tasarlanmalı ve sergiye olanak verecek dayanıklı duvar elemanları tercih edilmelidir.

- Toplantı salonlarında gün ışığı gerekli olduğu için buna uygun pencereler oluşturulması fakat gerektiği durumda siyah perdeler yardımı ile karartılabilmelidir.
- Çok amaçlı salonlara yeme-içme servislerini karşılamak adına yakınlarında mutlaka yardımcı bir mutfak bulunmalıdır.
- Çok amaçlı salonların kapasitesine karşılık verecek düzeyde masa, sandalye gibi malzemeler bulunmalı gerektiği durumlarda yakın bir depo bölümünde saklanmalıdır.
- Çok amaçlı kullanım alanlarının kullanıcı yoğunluğu sebebi ile güvenlik önemlerine dikkat edilmeli bununla birlikte yangın çıkışlarına, duman ısıya karşı duyarlı dedektörler kullanımına önem verilmelidir.
- **Reaksiyon Tesisleri:** Reaksiyon alanları, havuz, spor salonu, sauna, hamam, buhar banyosu, solaryum, jakuzi, terapi, masaj odası gibi hizmetlerin bulunduğu, bunun yanında kuaför, tenis sahaları, oyun salonları v.b. aktivite ve hizmet mekanlarını içerir. Çeşitliliği ve kalitesi otel sınıflandırmasına bağlı bir durum olup ve bu ölçüde otellerin tercih edilmesine katkı sağlamaktadır. Sağlık merkezleri SPA olarak adlandırılmaktadır. SPA, su ile gelen iyilik anlamına gelmektedir.
- Spa merkezleri otele gelen misafirlere sınırsız hizmet sunmakla birlikte dışarıdan gelen müşteriler için de hizmet vermektedir.
- Reaksiyon tesisleri, otelde konaklama yapan müşteriler haricinde bulunduğu şehrin yaşantısından bunalmış, strest ve benzeri sebeplerle arayış da olanlar için nefes almak adına büyük önem taşımaktadır.
- Oteller dört mevsim kullanılabilme özelliğinden dolayı kapalı havuzlar, açık havuzlara oranla daha çok tercih edilmektedir. Yazın tatile gitme olanağı olmayanlar için de açık havuzlar tercih edilerek otele konaklama dışında gelir sağlayan bir hizmet olanağıdır.
- Kapalı havuz ile ilgili oluşabilecek tesisat sorunlarına kolaylık sağlamak , sauna ve solaryum gibi alanların teknik ihtiyaçlarını çözmek adına sağlık merkezlerinin alt katlarda konumlandırılması gerekmektedir.

- Reaksiyon alanlarının büyüklüğü ve kapsamı otelin sınıflandırmasına ve büyüklüğüne bağlı farklılık göstermektedir.
- Reaksiyon alanları ile asansör ilişkisi doğru çözümlenmeli ve konumlandırılmalıdır. Müşteriler genel mekanlara geçmeden odalarına rahatlıkla ulaşabilmelidir.
- Gününbirlik kullanım için gelen müşteriler için soyunma kabinleri, duş ve tuvaletler bulunmalı ayrıca açık yeme-içme mekanları oluşturulmalıdır.
- Havuzlar için güvenlik ve sağlık riskine karşı yetkili bulunmalı, spor salonları içinde eğitim almış yetkili kişiler bulunmalıdır.
- Basketbol, tenis sahaları ve oyun salonları genellikle otellerin en çok gelir getiren mekanlarındanndır. Oyun salonları da mekanın sınıflandırılmasına ve büyüklüğüne göre değişiklik gösterebilen bir durumdur.
- Çamaşır deposu ve temizlik malzemelerinin bulunduğu depolar olması gerekmektedir.
- Reaksiyon tesislerinin temiz ve hijyenik olması konusunda büyük özen gösterilmesi gerekmektedir. Bu durum kullanıcının memnun kalması ile birlikte tekrar oteli tercih etme açısından büyük önem taşımaktadır.
- Islak hacimlerde suya dayanıklı ve kaymaz kolay temizlenebilen malzemeler tercih edilmelidir.
- Reaksiyon alanının dinamik kullanımından dolayı güvenlik merkezi bulunmalı ve güvenliğin etkili bir şekilde sağlanması gerekmektedir.
- **Sirkülasyon Alanları:** Tasarımda yapı içerisinde olması gereken mekanların tespit edilmesiyle birlikte birbiri ile işlevsel ilişkileri olan mekanlar arasında ilişki kurulur ve mekan dağılımları buna göre yapılmalıdır. Mekanların birbirleri ile bağlantısı sirkülasyon elemanları ile sağlanmaktadır. Tasarımda sirkülasyon sağlayan elemanlar büyük önem taşımaktadır.
- Koridorlar katlar arasında yatay sirkülasyon sağlarken; merdiven, yürüyen merdiven ve asansör katlar arası düşey sirkülasyon sağlamaktadır.

- Sirkülasyon elemanlarının kullanımının yoğun olmasından kaynaklı otellerde de sirkülasyon alanlarının tasarımı önemli bir yer almaktadır.
- Personellerin kısa sürede iyi bir hizmet verebilmesi adına müşteri ve çalışanların mekanlar arasında minimum alan ve süre kaybı ile ulaşım sağlanması önemlidir.
- Mekanların konumlandırılmasına göre, ulaşım yolları belirlenmeli bununla birlikte ulaşım mesafeleri, güvenlik, servis kolaylıkları ve ulaşım hızı gibi faktörler göz önünde tutulmalıdır.
- Sirkülasyon elemanları kullanıcının kolay algılayabileceği, rahatlıkla ulaşacağı şekilde oluşturulmalı bununla birlikte personel elemanlarının kullanacağı sirkülasyon elemanlarında müşterinin dikkatini çekmeyecek şekilde tasarlanmalıdır.
- Katlar arasında müşteri, servis, yangın merdiveni olmak üzere üç adet merdiven, müşteri ve servis asansörü olmak üzere en az iki adet de asansör bulunmalıdır. Lüks otellerde bagaj asansörleri de bulunabilmektedir.
- Ana merdiven müşterilerin kullandığı tüm katlara çıkmalıdır. Konaklama yapmayan müşteriler içinde Reaksiyon Tesislerine ulaşım sağlamak adına ayrı bir merdiven düşünülmelidir.

3.4.4.2. Yatak katları

Yatak katları konaklama yapan müşteriler için yatma işlevlerine sahip mekanlardır. Yatak odalarının otel içinde konumlandırılması tasarımlara göre farklılık göstermektedir. Zemin kat ve gerekli olan durumlarda ilk birkaç kat ortam kullanım alanı için tasarlanmalı bununla birlikte ortak katların üstünde yatak katları yer almaktadır. Otellerin sınıflandırılması ve tasarımına bağlı olarak yatak katlarında; kral dairesi, suit odalar, yatak odaları, engelli odaları, misafir asansörü ve servis asansörü hacimleri, çamaşır deposu, yangın merdivenler ve servis aktarımı sağlayan kat ofisleri bulunmaktadır. Yatak katının oluşturduğu sistem fonksiyonel anlamda 3 gruba ayrılmaktadır (Yolcu, 2006):

- **Yatak Katı:** Yatak odası
 - **Servis Mekan ve Araçları:** Oda servisi, Temizlik odası, Çamaşır odası, Servis sirkülasyon mekan ve araçları (servis merdiveni ve asansörü)
 - **Sirkülasyon Mekanı ve Araçları:** Düşey sirkülasyon araçları (asansör ve merdiven), Yatay sirkülasyon araçları (farklı tiplerde koridor sistemleri), Yangın merdivenleri
- Otellerde konaklayan kullanıcıların ilk amacı konaklama olup bu işleyle birlikte otelde boş zamanlarını değerlendirerek hoş vakit geçirmek gibi istekleri bulunmaktadır.
 - Yatak odalarının tasarımında düşünülmesi gerekli olan kullanıcıların istek ve ihtiyaçları kalacağı alan içerisinde aynı zamanda ekonomik şartlarla karşılamaktır. Yatak odasında bulunurken, kullanıcı kendi evindeki rahatlığı ve huzuru hissedebilmelidir. Bundan kaynaklı bir çok fonksiyonun bir arada bulunması önem taşımaktadır (Sever, 2008).
 - Yatak odaları kullanıcının dinlenme, giyinme, duş alma, oturma işlevlerine ve kullanıcının gereksinimlerine yönelik tasarlanması gerekmektedir. Konforlu yatak odası hizmeti sunması otel işletmesi için ve kullanıcı algısı için önem taşımaktadır.
 - Standart odalar yatma odası, antre ve banyo bölümlerinden oluşmaktadır. Odalarda genel olarak bir adet çift kişilik yada iki adet tek kişilik yatak bulunmakla birlikte bu durum kişi sayısı özelliğine göre değişebilmektedir. Yatakların yanında komidin, antre bölümünde dolap, değerli eşyalar için kasa, boy aynası, koltuk, sehpa, makyaj veya çalışma masası, sandalye veya puf, bavulluk, minibar, tv ünitesi, banyolarda ise küvet/duş kabini, lavoba ve ayna bulunmaktadır.
 - Yatak katları oluşturulurken dikkat edilmesi gereken en önemli unsur kullanıcının yatak odalarını en kolay şekilde ulaşmasıdır. Otelin kapasitesi ile doğru orantılı olarak oda sayısı ve yatak katı tipleri belirlenmektedir. Yatak katı tiplerinin belirlenmesinde öncelik verilmesi gereken başka bir olgu ise otel

yapısının kütleli formunun oluşmasıdır. Bundan kaynaklı odaların formu, sayısı ve bitişik odaların yerleri konumlanmaktadır.

3.4.4.3. Yönetim birimleri

İdari mekanlar, otelin yönetim işlerinin yürütüldüğü, kararların alındığı, servis bölümlerine direktiflerin verildiği, personel organizasyonunun belirlendiği alanlar bütünüdür. Yönetim birimleri fonksiyonel yönü ile önde olan fakat müşterinin de kolayca ulaşamadığı yerlerde genelde lobi katında konumlandırılmalıdır. İdari mekanlar otelin büyüklüğüne göre şekillenmektedir. Yönetim dışındaki idari bürolar genellikle, ön büro ve ofisler olmak üzere iki bölüme ayrılmaktadır. Ön büro giriş katında resepsiyon ile ilişkili çözümlenmektedir. Resepsiyon ve santral birimi, ön büroya bağlı olarak çalışmaktadır. “Önbüro bir otelin aynasıdır. Otelde müşterinin istekleri doğrultusunda ve genel anlamda yapılan hizmetler önbürodan başlar. Modern bir otel kapsamında başarılı bir önbüro, başarılı bir otel demektir” (Sezgin 1970:15). Yiyecek- içecek, insan kaynakları, satış-pazarlama, finans-muhasebe, kat hizmetleri, teknik ofisler, güvenlik birimleri ve bilgi işlem gibi idari ofisler kendi içinde bölümlere ayrılmaktadır.

3.4.4.4. Servis alanları

Servis mekanları, otel müşterilerinin kullanmadığı hatta müşterilerden tamamen ayrı düşünülmüş, otelde verilen hizmetlerin hazırlık alanlarının ve yapının teknik bölümlerinin bulunduğu, bunların yanında personellerin gereksinimlerini karşılayan alanlardır. Servis mekanları bodrum katlarda konumlanmaktadır. Otelde servis girişleri ayrı düşünülmektedir. Özellikle otele malzeme giriş-çıkışlarında müşteriyi rahatsız etmemek için ayrı giriş yapılması önemlidir (Aydıncı, 2009).

- Otelde verilen hizmetler servis mekanlarının dağılımını etkilemektedir. Otellerin her katında olan kat servisleri yatak katlarına hizmet vermesi ile birlikte toplantı salonları ve reaksiyon tesislerinin bulunduğu katlardada hizmet vermektedir. Kat servisleri, merdiven ve asansörlere yakın yerlerde konumlanmalıdır.
- Yeme-içme servisi otelin önemli ve yoğun mekanlarını oluşturmaktadır. Otelde bulunan yeme-içme mekanlarının büyük olmasına göre mutfak alanı

konumlandırılmaktadır. Mutfak otellerin en önemli bölümünü oluşturmaktadır. Yeme-içme mekanları ile mutfak aynı katta planlanmalı bununla birlikte birbirinden farklı mekanlarda oluşturulan aparatif yeme-içme bölümleri için ana mutfak harici küçük servis mekanları oluşturulmaktadır.

- Teknik servisler otelin bodrum katında konumlandırılmaktadır. Teknik servis mekanlarının bulunduğu alanlarda elektrik ve sistem odaları, kazan dairesi, jeneratör, su depoları ve diğer teknik sistem malzemelerinin bulunduğu odalar bulunmaktadır. Bütün hizmet mekanları ile birlikte personele ait mekanları da servis alanlarının içinde çözümlenmek gerekmektedir.

3.4.5. Turizm Yapılarında Mekanın Algılanması

Modern yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelen oteller, farklı kültür yapılarına ve kimliklere sahiptir. Oteller içinde kimlik kavramı önem kazanmaktadır. Diğer otellerden ayırt edebilme noktasında kimliğe ihtiyaç duyarlar. Otel işletmecilerinin dikkate aldığı önemli kavramlar ile tasarımcının otele kattıkları bir bütün olarak hizmet verir. Kullanıcı tarafından hissedilmesi ve algılanmasını sağlayan aslında kişinin tasarımdan etkilenmesidir. Bir otelin kullanıcı algısındaki kalıcı faktörü de mekan tasarımıdır. Otel mekanları kullanıcının ihtiyaç ve isteklerine göre tasarlanmalıdır. Bunun yanında fiziksel ve psikolojik acıdan gereksinimlerini doğru tanımlaması ona uygun şekilde tasarlaması önem kazanmaktadır. Kültür algılama sürecinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Farklı kültürlerden gelen insanların aynı mekanı yorumladığından birbirinden çok farklı olduğunu görürüz.

Bir otel mekanını yada herhangi bir bölümlerini diğer mekanlar karşısında daha etkin fark edilebilir kılmak, kullanıcının algısını üzerine alabilmesi, söz konusu olan mekanı tercih edilmesine destek sağlayabilmek ve mekânı algılama şeklini analiz edebilmek tasarımcı için önemlidir. Örneğin, farklı kültürden insanların sosyal etkileşim içinde bulunduğu, işlevsel ve konumsal olarak kullanıcının ilk ulaştığı lobi mekânının algılanmasında, mekânsal özelliklerin ve kültürün etkisi görülmekte, mekânın fiziksel özellikleri görsel algılamada kullanıcı çeşitliliğine göre farklılık oluşturmaktadır (Köseoğlu, 2004). Bir mekan duyu organları yardımıyla algılama sürecine girer. Anlamalı hale dönüşerek algılama gerçekleştirebilir olur. Turizm mekanlarının algılanması;

kullanıcıların yaş, cinsiyet, kültür gibi bir çok özelliği ile başlayarak farklı bakış açıları ile yorumlanır. Bunun yanında tasarım ilkerinin yani renk, doku, ölçü gibi etkileri ile mekanın algılanmasında önemli bir rol oynayarak şekillenir.

4. KONYA ŞEHİR İÇİ OTEL ÖRNEKLERİ

Konya şehri Selçuklu Devletine başkentlik yapması ile birlikte büyük bir tarihi geçmişe sahip olması, kültür ve medeniyetleri içinde yaşatarak inanç ve kültür turizminde önemli bir yere gelmektedir. Konya İlinde tasarlanan otellerin her birinde Konya İlinin tarihinden izler bulunmakta, belirlenen üç otel tasarımlarında bu etkiler görülmektedir.

4.1. Novotel Konya

Novotel Konya İlinde konum olarak Selçuklu Bölgesinde bulunmaktadır. Konya şehri için büyük önem taşıyan Mevlana Türbesi ve müzesine 5 km uzaklıkta olarak rahat ulaşım sağlayabileceği bir konumda bulunmaka aynı zamanda Konya Havaalanı'na yaklaşık 20 km ve Konya Tren Garına olan uzaklığı ise 3 km olarak belirtilmektedir. Novotel, Bistai Turizm Yatırımları A.Ş tarafından 2015 yılında Konya İlinde açılışı yapılarak hizmet verme başlanmıştır.

Novotel konum itibariyle tarihi yapılara yakın olmasından kaynaklı ve bununla birlikte toplantı salonlarının donanımlı olması konusunda iş amaçlı konaklamak isteyen misafirlerin tercih ettiği bir otel olması ile göz önünde olmaktadır. Novotel, nitelik olarak iş seyahati oteli olarak ön plana çıkmaktadır.

Novotel, Accor grubuna ait Fransız orta ölçekli otel markasına ait bir otel işletmesi olmaktadır. 1967 de Fransada kurulan bir şirket büyüyerek 1983 de Accor gruba dönüşmüş bununla birlikte 65 ülkede 568 tane otel zinciri oluşturmaktadır. Bunlardan biri olan Konya Novotel 2015 yılında Konya iline kazandırılmıştır. Novotel tasarım ve inşaat sürecinde Leed kriterlerini göz önünde bulundurularak, enerji ve çevre tasarımı konusunda liderlik anlamını taşıyan çevre dostu bina sertifikası olan Leed sertifikasını alan Konyada tek otel olarak adını duyurmaktadır (Güvenli Turizm Sertifikalı Otel).

Novotel de konaklamak isteyenler için 178 oda (twin oda, süit oda) bulunmakta bununla birlikte 2 engelli odası, lobi bar, spa, spor salonu ile 16 kattan oluşmaktadır. Açık ve kapalı otoparkı ile birlikte vale imkanında mevcut bulundurmaktadır. Otel, engelli konusunda özen göstererek engelli odası bulundurmakta bununla birlikte oda içinde engelliler için uygun konforu sağlamaktadır. Novotel, çoğu kişinin tercih etmesinde büyük bir öneme sahip olan hayvan dostu oteli olarak da ismini duyurmaktadır.

Otel, müşterisinin yiyecek ve içecek ihtiyacını karşılamak için iki tane restoran bir tane de barı ile kullanıcılarına hizmet vermektedir. Yeme içme bölümlerinde uluslararası mutfağı göz önünde bulundurarak konaklayan müşteriler için her kültüre hizmet verebilmektedir.

Nov'ist ismi ile lobide bulunan restoranın oluşturduğu kapasite 120 kişiye hizmet vermektedir. Roka Mey Restoran ve Barı, Konyanın geniş manzarasını kullanıcıya sunmaktadır. Barın oluşturduğu kapasite 90 kişiye hizmet etmekle birlikte uluslararası mutfağı ile seçimler sunmaktadır.

Otel bünyesinde sekiz tane toplantı odası bulunmakla birlikte toplantı odalarının tasarımında önemli ayrıntılar oluşturarak kullanıcının memnuniyetini kazanmaktadır. Bu bağlamda iş seyahati oteli olarak önem taşımaktadır. Genel olarak otel, Fransız menşeli bir otel olması bakımından sade anlaşılır ve kullanışlı mekanlar tasarlamaya büyük önem göstermiştir.

4.1.1. Mekan Oluşumları, Kullanım Alanları

- **Giriş Mekanları**

Otel giriş olarak kullanıcının rahat algılayabileceği şekilde belirgin bir tasarım oluşturulmuştur. Boyutsal ve hacimsel olarak giriş mekanına geniş bir alan ayrılmıştır. Konaklama mekanına giriş kolay ve rahat bir biçimde tasarlanmış olup araç parkı müşteri memnuniyetine göre yapılmıştır. Giriş engelli rampası ve giriş döşeme andazit uygulanmıştır. Binanın ayrıca cephe kaplaması özel olarak tasarlanmış oda içi ses desibelinin 38'i geçmemesi sağlanmıştır.



Şekil 42. Novotel giriş



Şekil 43. Novotel giriş yarı açık alan

Şekil 43’de görüldüğü üzere, giriş mekanını destekler biçimde yarı pergoleli geniş oturma alanları yapılmıştır. Müşteriler giriş-çıkış işlemleri yaparken lobi de beklemek istemeyen kullanıcılar, kısa soluklanma ve dinlenme göz önünde bulundurularak temiz havada oturma olanağını düşünülmüştür.

- **Lobi Mekanları ve Oturma Birimleri**

Resepsiyon, giriş kapısından girildiğinde karşılarından gelen müşteriye ve aynı zamanda müşterinin de kendisini görebileceği bir şekilde konumlandırılmıştır. Ana giriş kapısının sağında açık büfe restorantı bulunmaktadır. Şekil 44’de görülen resepsiyonun sağ ve sol tarafında mekanları birbirinden ayırmak ve sınır belirtmek için Selçuklu yıldızı motifi kullanarak ara bölücüler kullanılmıştır. Lobi ve karşılama bankosu kalabalık müşteriye hitap eden uzunlukta lake MDF olarak tasarlanmıştır. Mekan girişi döner kapı ve yangın çıkış kapısı ile sağlanmış sert zemin mermer döşemesi ile bir bütünlük sağlanmıştır. Lobi mekanının da özellikle kahverengi, mavi, gri ve kırmızı tonları ağırlıklı kullanılmıştır. Bu renklerin kullanılması konsepti ile uyum içinde şehrin manevi ve kültür değerlerinin yansıtılmasını desteklemektedir. İnanç sembollerinin kullanılması ile de tasavvuf atmosferini vurgulamaktadır.



Şekil 44. Novotel lobi



Şekil 45. Novotel lobi

(Kaynak: Novotel)

Şekil 45’de görüldüğü gibi, bekleme alanlarında sıcak geçişli renklerin oluşturduğu tasarımlar yapılmıştır. İki adet bekleme salonu bulunmaktadır. Algıdaki seçicilik, müşteri beklerken asansör kaplamasının kırmızı oluşu sakinleştirmeyi amaçlamaktadır. Tablo ve koltuk renklerinin de buna bağlı bir bütünlük sağlaması amaçlanmıştır. Ayrıca lobide vanilya ve çikolata kokusunun hakim olması kişinin mutluluk ve huzur ortamında hissetmesini sağlamak amaçlanmıştır.



Şekil 46. Novotel lobi aydınlatma

Şekil 46’da görüldüğü üzere kullanılan aydınlatma ile, mekana ayrı bir derinlik katması ile birlikte mekan algısını ön plana çıkartma adına geometrik şekilli aydınlatmalar kullanılmıştır.

- **Yeme-İçme Mekanları**



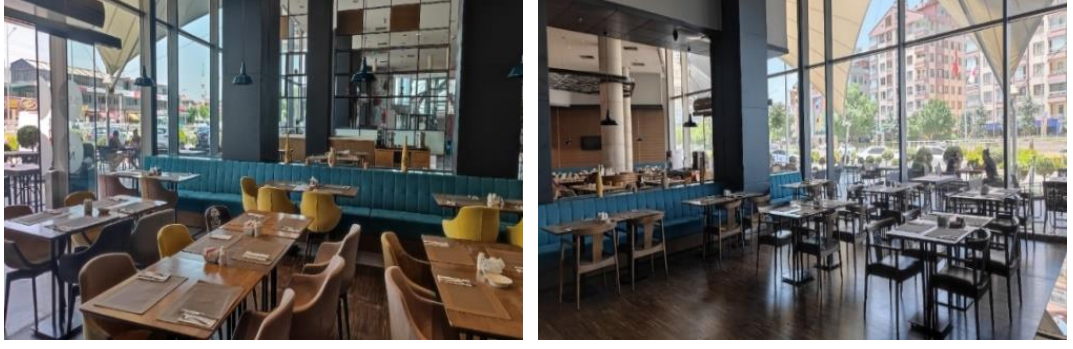
Şekil 47. Novotel yeme-içme mekanı, mozaik detayı

Şekil 48’de görülen, Konyanın mesnevi şehri olduğunu hissettirmek için cam parçalarından tek tek elle işlenen mevlevi figürü motiflerin oluşturduğu mozaik tablo yeme içme bölümüne geçişte bulunmaktadır. Kullanılan oturma birimleri rahat, sade ve şık tasarlanarak tamamıyla müşteri memnuniyetine yönelik tasarlanmıştır.



Şekil 48. Novotel yeme-içme mekanı, brüt beton detayı

Şekil 49’da görülen, özel kalıplarla hazırlanan bina statifiğinde göz önünde bulundurularak yapılan kolonlar mekanda ayrı bir görsellik katmıştır. Etrafı MDF ceviz kaplama banko ile sabah kahvaltılarında açık büfe mantığında sunum için kullanılmıştır. Üst detayda Selçuklu motifi kullanılarak yapılar ferforje CNC işleme ayrıca dikkat çekmektedir.



Şekil 49. Novotel yeme-içme mekanı



Şekil 50. Novotel bar

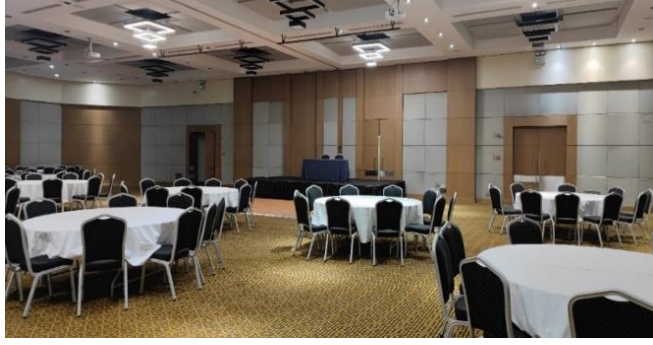


Şekil 51. Novotel bar, duvar detayları

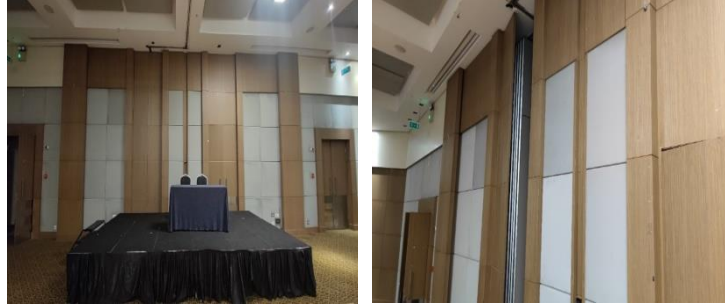
Şekil 50’de görülen bar, otelin en üst katı roof bar olarak tasarlanmasına rağmen şehir kimliğine uyarlanarak hizmet vermektedir. Şekil 51’de görüldüğü üzere barda oluşturulan nostaji havayı desteklemek adına plaklarla ayrı bir süsleme detayı ile duvar şekillenmiştir. Son dönemlerde eskiye dönüş olan taş kaplama mekana ayrı bir algı yaratmaktadır.

- **Çok Amaçlı Salon**

Otel de bir adet çok amaçlı salon bulunmaktadır. Şekil 53’de görüldüğü üzere, salon bölünebilir seperatör ile iki eşit parçaya ayrılabilir. Şekil 54’de, duvarlarda kullanılan akustik malzeme ise ayrıca mekanda olan ses yansımalarını minimuma indirmektedir.



Şekil 52. Novotel çok amaçlı salon



Şekil 53. Novotel çok amaçlı salon, bölünebilir seperatör



Şekil 54. Novotel toplantı salonu

Dört adet toplantı salonu bulunmaktadır. Şekil 54’de görülen, mekan özelliklerinde akustik tavan ve duvar kaplamaları dikkat çekmekte ses akustiğinde yankıyı almaktadır. Ayrıca toplantı salonlarının masa düzenleri yuvarlak, kare ve dikdörtgen şeklinde planlanmış her bir salon içinde bölücü seperatör kullanılmıştır. Tavan detayları

projeksiyon cihazı tavan kaplamaları mekanın kullanımına yönelik rahatlık sağlamaktadır. Toplantı salonlarının kapıları özel imal edilmiş olup kapı iç dolgularında ses geçirimsizlik özelliği olan malzeme kullanılmıştır. Genel mekanlar da dahil otel konseptinde ahşaplarda açık meşe kaplama ön plandadır. Toplantı salonlarının her birine farklı isimler verilmiş bununla birlikte Mevlananın sözleri ile destekleyerek otelin tasarımında uyguladığı Mevlana yaklaşımı ile bütünlük sağlamaktadır.

- Deniz Salon, 70 m² den oluşmaktadır. Mevlana'nın sözü, Hoşgörülükte Deniz gibi ol.
- Güneş Salon 70 m² den oluşmaktadır. Mevlana'nın sözü, Şefkat ve merhamette Güneş gibi ol.
- Su Salon, 70 m² den oluşmaktadır. Mevlana'nın sözü, Cömertlik ve yardım etmede Akarsu gibi ol.
- Toprak Salon 112 m² den oluşmaktadır. Mevlana'nın sözü, Tevazu ve alçak gönüllülükte Toprak gibi ol.

- **Reaksiyon Tesisleri**

Lobi üst katında yer alan sade ve yalın hazırlanmış Fitness ve spa tesisinde sauna, buhar odası, masaj odası, dinlenme bölümleri, açık havuz ve fitness bulunmaktadır. Kalabalık gruplara hitap etmemesine rağmen şekil 55 de görülen, bir adet spor merkezi ile müşterinin isteğini karşılamaktadır.



Şekil 55. Novotel spa ve spor salonu



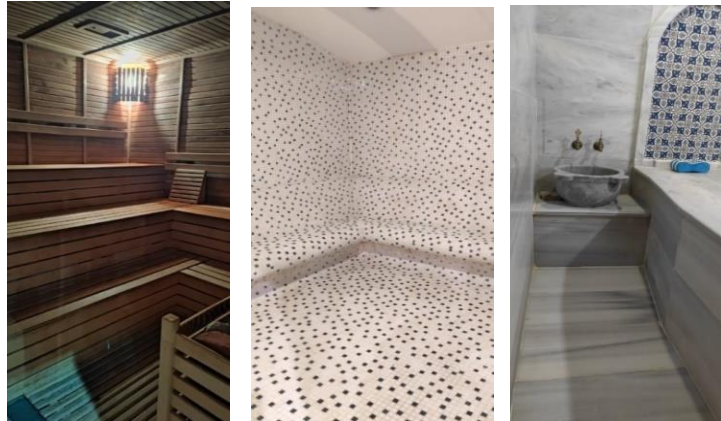
Şekil 56. Novotel mescid ve abdesthane

Şekil 56’da görülen, otel konseptinde birer bay bayan olmak üzere mescid ve abdesthane bulunmaktadır. Mescit zemini halı kaplama, abdesthaneler de ise mermer kaplama uygulaması yapılmıştır. Ön parapet yüksekliği 40 cm’yi geçmemektedir. Rahat kullanım açısından standart ölçülere uyulmuştur.



Şekil 57. Novotel dinlenme odası

Şekil 57’de görüldüğü üzere spa merkezinin dinlenme odaları daha sade bir tasarım yapıldığı görülmektedir. Duvarlarda ahşap çıtalarla tasarım oluşturulmuştur.



Şekil 58. Novotel sauna, buhar odası, hamam



Şekil 59. Novotel havuz

Şekil 59’da görülen, Mevcut mekanın teras katında 4/9 metre ölçülerinde havuz yapılmış ve zemin döşeme 60x60 parke görünümlü seramik uygulanmıştır. Açık havuz sadece yaz mevsiminde hizmet vermektedir. Yaklaşık iki ay kullanılabilir.

- **Sirkülasyon Alanları**

Şekil 60’da görülen, lobi girişi dışında farklı mekan ve yerden giriş yapılması lobi de oluşacak kalabalığı önleme adına çelik konsüriksiyonlu merdiven ve asansör boşluğunun oluşturulması mekana ulaşım açısından kolaylık sağlanmıştır.



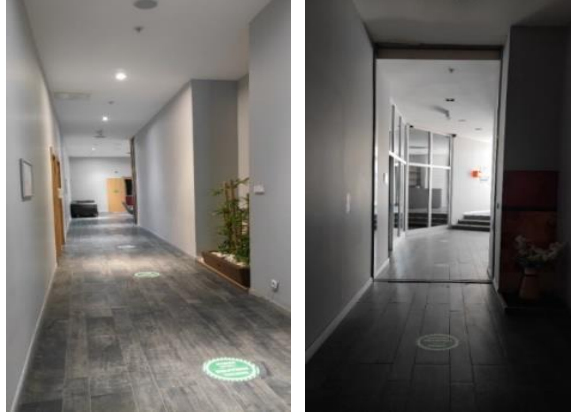
Şekil 60. Novotel çelik konsüriksiyonlu merdiven



Şekil 61. Novotel asansör

Sirkülasyon alanlarında bulunan kat holleri ve asansör önlerinde şekil 61’de görülen, kırmızı rengin dikkat çekici özelliği düşünülerek tasarlanmıştır. Ayrıca duvarlarda

bulunan tablolar, bekleme esnasında insanların dikkatini dağıtarak mekandaki kişilerin dizginliğini sağlamak amaçlanması ayrı bir detay teşkil etmektedir.



Şekil 62. Novotel spa holleri

- **Yatak Katları / Yatak Odaları**

Novotel bünyesinde 3 farklı oda tipi; Standart oda, Suit oda ve engelli odaları bulunmaktadır. Otelde 4 suit oda bulunmakla birlikte, iki suit odası yan yana bulunan Standart Twin odaların birleşmesiyle oluşturulmuştur.



Şekil 63. Novotel yatak odası



Şekil 64. Novotel yatak odası



Şekil 65. Novotel engelli yatak odası

Şekil 65’de görülen, bir çok otelde yer almayan engelli odası dikkat çekmektedir. Standart oda konseptinde mekanın rahatlığı zemin halı döşemesi duş, wc kullanım kolaylığı ön planda ancak engelli odalarının ayrıcalığı acil çağrı butonları yatak başı alarm sistemleri dikkat çekmektedir.



Şekil 66. Novotel engelli yatak odası wc

Şekil 65’de görülen, engelli odası ayrıcalığında ailesi ile konaklama yapan kişinin twinroom mantığında bitişik oda konsepti engellinin ailesi ile konaklaması sağlanmıştır. Şekil 66’da görüldüğü üzere, wc kapı ölçüleri bir engelli aracı geçeceği şekilde yüksekliği h:120 cm tasarlanmış, klozet yan tutma bariyerleri h:70 cm, klozet yüksekliği h:45 cm, engelli lavabo h:80 cm ve ayna yükseklikleri h:110 cm olarak standartlara göre ayarlanmıştır.

4.1.2. Mekansal Algı ve Kimlik

Novotel, Konya şehri için büyük bir önem taşıyan Mevlana'nın oluşturduğu manevi atmosferin etkisini tasarımlara yansıtılarak otel ve şehir arasında önemli bir bağ oluşturmaktadır. Mevlana'nın desteklediği hümanizmi göz önünde bulundurarak ve Accor oteller grubunun öncülük ettiği kullanıcı odaklı hizmet anlayışı ile bir bütünlük oluşturarak, otel mekan tasarımları oluşturulmuştur.

Novotel'de konaklayan misafirlerin genel algısı, oteli temsil eden bütün personellerin gülyüzlü hizmet ve konforu sağlaması aynı zamanda ücretin düşük olması ile ilgili memnuniyetlerini dile getirerek Novotele karşı oluşan güven duygusu vurgulanmaktadır. Novotel, kurumsal kimliği ile göz önünde bulunan bu bağlamda titizlikle oluşturulmuş çevreye karşı duyarlı tasarımları ile dikkati üzerine çekmektedir.

Novotel'in kurumsal kimliği için önemli olan felsefesine uygun tasarlanması ve sürdürülebilmesidir. Uzun yıllar aynı kalitede ve güvenilirlikle devam etmesini sağlamak en önemli prensipleridir. Otel çalışanlarının müşteri ile kurduğu iletişim ve çalışanların otelle ilişkisi bir bütünlük sağlamaktadır.

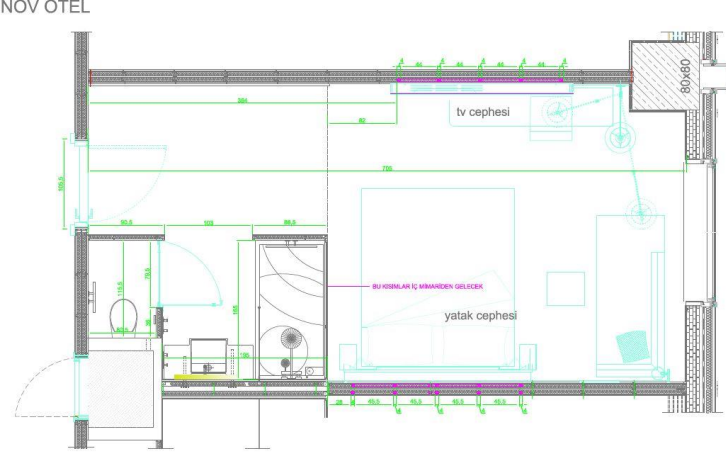

Novotelin kurumsal iletişim olarak desteklediği bazı bakış açıları mevcuttur. Bunlar; misafirperverlik, sürdürülebilir performans, kazanma ruhu, yenilikçi olmak, saygı ve güven gibi önemli konuları ele alarak tasarımlarını oluşturmuş ve bunu desteklemektedir. Novotelin oteli oluşturma sürecinde üzerinde durduğu düşünce, "Öncelikli hedefimiz, misafirlerimizin yüzünde bir tebessüm bırakabilmektir" olmuştur.

Otelin tasarlama ilkelerinde üzerinde durulan en önemli özelliği, kullanıcının ihtiyaç ve konforunu göz önünde bulundururken bunu en sade şekilde sadece hizmet ihtiyacını karşılaması amacı ile oluşturulmuştur. Örneğin, odada bulunan ekolojik bilgilendirme broşürlerinde sade bir tasarım oluşturularak sadece bilgi vermesi amacı ile oluşturulmuştur.




Novotel cephe tasarımı Mevlana ve semazen figürlerini göz önünde bulundurarak kullanıcı beğenisine sunulmuştur. Bu bağlamda binanın cephe tasarımı kullanıcı algısını destekleyerek kendine özgü bir konsept ile önemli bir tasarıma sahip olmaktadır.

Konya ilinin kültürel ve manevi değerlerinde yola çıkılması ile birlikte otelin kurumsal kimliği ile ortak bir dil oluşturulmuştur. Müşteriye çeşitli uyarıcılarla yansıttıkları şehrin kültür ve manevi atmosferinin yansıtılması otelin benimsenmesinde önemli bir yere sahip olmaktadır. Bu bağlamda Konya İlinin kültüründen yola çıkılarak konsept oluşturulmuştur.

Tablo 1:Novotel yatak odası ve mekan dağılımları

NOVOTEL	
 <p>NOV OTEL</p> <p>tv cephesi</p> <p>yatak cephesi</p> <p>BU HİSSELER İZİMİNDEN GELİBİLİR</p>	<p>Mekan Dağılımları:</p> <p>-2. Kat: Otopark</p> <p>-1. Kat: Otopark</p> <p>Giriş Kat: Resepsiyon - Lobi</p> <p>Asma Kat: Spa ve Toplantı odaları</p> <p>1. Kat : Teknik ve çalışan personele ait odalar</p> <p>2-14. Kat: Yatak Odaları</p> <p>15. Kat: Alacart Restoran ve Roofbar</p> <p>16. Kat: Teknik Kat</p>
	
<p>Novotel Yatak Odası Plan</p>	
<p>Novotel Yatak Odası</p>	

Tablo 2:Novotel genel bilgi

NOVOTEL	
 <p>Novotel Plan</p>	<p>Otelin Yeri: Selçuklu, Konya</p> <p>Otelin Mimarı: Mustafa Mermer</p> <p>Açılış Yılı: 2015</p> <p>Otel Sınıflandırması: 5 Yıldızlı Şehir Oteli</p> <p>Oda Sayısı: 178</p> <p>Kat Sayısı: 16</p> <p>Asansör Sayısı: 4</p> <p>Restorant: Nov'ist</p> <p>Cafe-Bar: Lobi, Roka Mey Restoran&Bar</p>
 <p>Novotel Giriş</p>	<p>Toplantı Salonu: 7 adet toplantı salon</p> <p>Fitness-Spa: Var</p> <p>Havuz: 1 adet açık havuz</p> <p>Otopark: Var/ Vale Hizmeti</p>
 <p>Novotel Lobi</p>	

4.2. Bayır Diamond Hotel

Bayır Diamond Hotel, Konya ilinde konum olarak Selçuklu bölgesinde bulunmaktadır. . Konya şehri için büyük önem taşıyan Mevlana türbesi ve müzesine 2 km uzaklıkta olarak rahat ulaşım sağlayabileceği bir konumda bulunmakta aynı zamanda Konya Havaalanı'na yaklaşık 13 km, Konya Tren Garına olan uzaklığı 3 km, Otobüs terminaline 7 km ve Kule Site AVM alışveriş merkezine yürüme mesafesinde olarak konumlandırılmıştır. Bayır Diamond Hotel, Bayır Turizm Otelcilik A.Ş tarafından 2017 yılında Konya ilinde açılışı yapılarak hizmet vermeye başlamıştır.

Bayır Diamond Hotel, Konya'nın ilk alkolsüz konsepti ile 5 yıldız almış olması büyük dikkat çekmektedir.

Bayır Diamond Hotel, kendi markasını ve konseptini oluşturarak, uluslararası ölçekleri de göz önünde bulundurarak 5 yıldızlı lüks bir otel tasarımı olduğunu kullanıcılarına sunmaktadır.

Bayır Diamond Hotel, müşteri memnuniyeti ön planda tutulması ile birlikte kurumsal kimliğini korunması büyük önem taşımaktadır. Aynı zamanda otel kendini güncel tutarak geliştirmeyi hedefleyerek otelcilik sektöründe önemli bir noktaya gelmeyi kendilerine misyon edinmişlerdir.

Bayır Diamond Hotel'de konaklamak isteyenler için 214 oda bulunmaktadır. Engelliler göz önünde bulundurarak 3 adet engellilere özel odası bununla birlikte kral dairesi bulunmaktadır.

Dünya ve Türk Mutfağı ile müşterisine geniş yeme-içme imkanı sunmaktadır. Bayır Diamond Hotel, alakart yemekler için Safir Roof Restoranı, Karat restorantı ve lobi bar olarak yeme-içme hizmeti vermektedir. Restorant ve barında alkol hizmeti verilmemesi otelin tasarlanma aşamasındaki prensibini desteklemektedir.

Bayır Diamond Hotel, 7 adet toplantı salonu bulunmaktadır. 50 m² ve 900 m² arasında değişen aynı zamanda salon içinde bölücü seperatör kullanılması ile istenilen kişi sayısına göre salonlar bölünebilmektedir. Özel organizasyonlar, özel toplantı, seminer, kongrelerin yapılabileceği salonlar aynı zamanda geniş fuaye alanları oluşturulmuştur. Otel kapsamında 300 araçlık kapasitesi bulunan kapalı otoparkı bulunmaktadır.

Bayır Diamond Hotel, bay bayan ayrı hizmet sunarak hamam, sauna, fitness, buhar odası, masaj salonları, sağlık kulübü, jakuzi, vip hizmetleri ile birlikte özel dinlenme mekanları, kapalı havuzu, vitamin barı ile müşteriye hizmet vermektedir.

4.2.1. Mekan Oluşumları, Kullanım Alanları

- **Giriş Mekanları**

Şekil 67’de görülen, otantik görünümün hakim olduğu sütunlarla süslenen wallwasher ışıkların hakim olduğu gece ambiansının ön planda tutulduğu bir giriş hakim olmuştur. Mekan girişi tamamıyla yatırımcının istek ve beklentilerine göre tasarlanmış döner kapı ve acil çıkış kapılarından oluşmuştur. Bina dış cephe prekast yapı ve silikon cephenin birleşimi ile meydana gelmiştir.



Şekil 67. Bayır Diamond Hotel Giriş

(Kaynak: Bayır Diamond Hotel)



Şekil 68. Bayır Diamond Hotel asansör giriş ve giriş aydınlatması

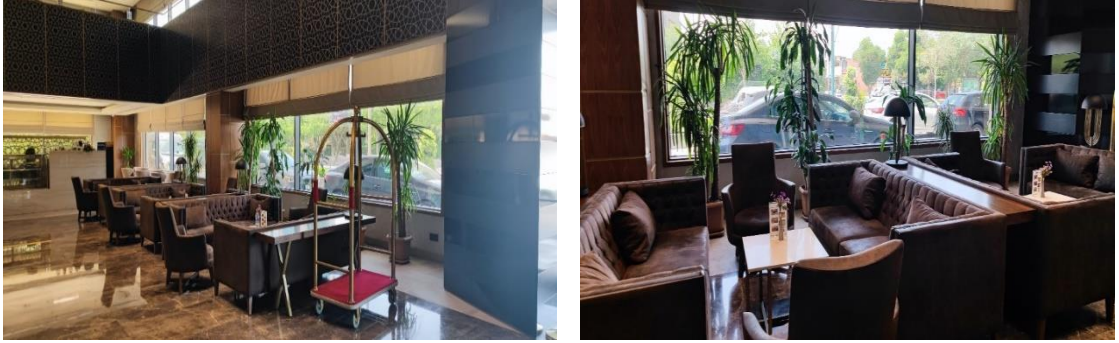
- **Lobi Mekanları ve Oturma Birimleri**



Şekil 69. Bayır Diamond Hotel lobi

(Kaynak: Bayır Diamond Hotel)

Lobi girişinde farklı detaylar göze çarpmaktadır. Şekil 69’da görüldüğü üzere, onyx mermer imalatı teker teker mknatısla yapıştırılması acil durumda mermerin çıkartılarak arka led ışıklarına müdahale çözümü oldukça kullanışlı olması ve onyx mermer etrafının metal çıtalarla dönülmesi dikkat çekmektedir. Giriş lobi CNC işlemleri mekana ayrı bir ambiyans katmaktadır. Şekil 69’de görülen, resepsiyonda onyx mermer CNC ve MDF işlemleri mekanın algısını yumuşatıp oturma koltuk dizaynları ile bir bütünlük sağlamış. Mekan kurumsal kimlik dışında tamamıyla yatırımcı ve Art-mimarlık Hakan Külahçı tarafından tasarlanmıştır.

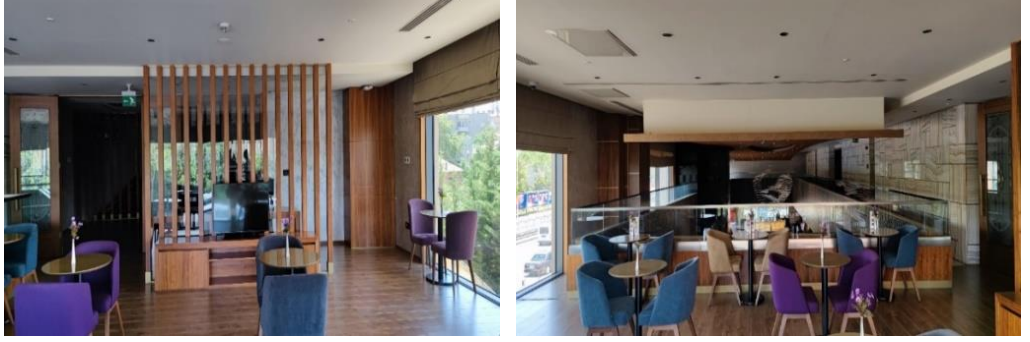


Şekil 70. Bayır Diamond Hotel lobi oturma mekanları

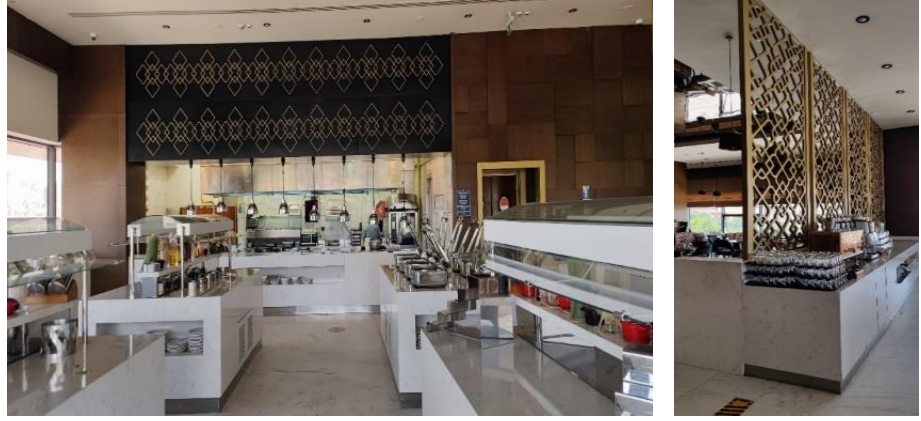
Şekil 70’de görülen oturma grupları tasarımı mekann renk ve konseptine uyumlu bekleme esnasındaki müşteri rahatlığı göz önünde bulundurularak özel olarak tasarlanmıştır.

- **Yeme-İçme Mekanları**

Bayır Diamond Hotel bünyesinde Karat Restoran, Safir Roof Restoran & Lounge ve pastanesi bulunmaktadır. Karat Restoran, Türk Ve Dünya Mutfağı ile kahvaltı, öğle ve akşam yemeği hizmeti vermektedir. Zengin açık büfe kahvaltı imkanı sunulmaktadır.



Şekil 71. Bayır Diamond Hotel asma kat



Şekil 72. Bayır Diamond Hotel yeme-içme mekanları

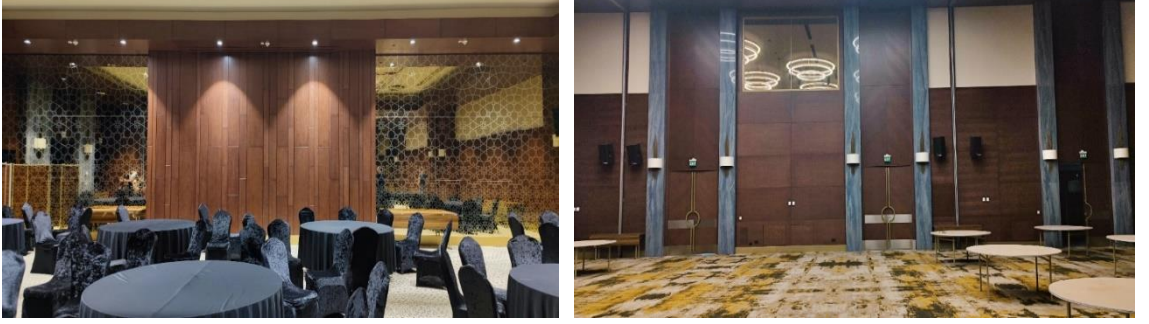
Şekil 72’de görüldüğü üzere, restoran da bulunan ara bölücü seperatörlerin CNC işlemleri mekana ayrı bir görsellik katmaktadır. Oturma bölümleri mekana uygun tasarlanmış açık büfe mantığında müşterilerine hizmet vermektedir. Şekil 72’de görülen hazırlama bölümünün açık oluşu Konya da bulunan oteller içerisinde tek olduğu söylenmektedir. İmalatlar tamamıyla açık ve şeffaf yapılmaktadır.

- **Çok Amaçlı Salon**

Bayır Diamond Hotel bünyesinde, 50 m² ile 900 m² arası değişen 7 farklı salon bulunmakla birlikte toplantı salonları farklı isimlerle oluşturulmuştur. Bunlar, Zümrüt toplantı salonu, Sedef toplantı salonu, İnci toplantı salonu, Pırlanta toplantı salonu,

Kristal toplantı salonu, Elmas toplantı salonu ve Diamond balo salonu ile birlikte toplam 7 salondan oluşmaktadır.

Zümrüt salonu 250 kişi kapasiteye, Diamond balo salonu ise 900 m² alanı ve 8,5 m² lik dekorasyon alanından oluşmakta aynı zamanda geniş fuaye alanı bulunmaktadır.



Şekil 73. Bayır Diamond Hotel çok amaçlı salon

Otelde dört farklı çok amaçlı salon bulunmakta olup şekil 73’de görüldüğü üzere konsepti aynı dizayn edilmiş kişi sayılarına göre m² leri 800 den 125 kişiliğe kadar düşmektedir. Odalar dışında diğer mekanlarda olduğu gibi bu mekanda da ayna üzeri CNC işlemler göz doldurmaktadır. Giriş sütunlar mermer ile kaplanmış zemin halı döşemesi ise özel tasarlanmıştır. 800 ve 400 kişilik salonlarda bölücü ahşap seperatörlerle salonlar eşit bölünebiliyor. Tavanlarda kullanılan aydınlatma spot ve lineer aydınlatma ile bütünleşmiştir.



Şekil 74. Bayır Diamond Hotel çok amaçlı salon detayları

Çok amaçlı salon girişlerindeki fuaye alanları detayları imalat ve görsellik açısından yalın sade ve derinlik sağlamaktadır. Şekil 74’de görülen, mekan girişlerinde kemer detayları ve CNC işlemler dikkat çekmektedir.



Şekil 75. Bayır Diamond Hotel toplantı salonları

Otelde 3 adet toplantı salonu bulunmakta olup kare, dikdörtgen ve yuvarlak masalardan oluşarak; projeksiyon cihazı, projeksiyon perdesi ve ahşap giydirmelerle tamamlanmıştır. Şekil 75’de görülen, mekana ayrı bir hava vermekte duvarlara yapılan İtalyan boyalar silis kumu karışımı oldukça dikkat çekmektedir. Duvarlara ses geçirmesini engelleyen yalıtımlar yapılarak, bir salonun diğer salona ses geçirmesini önlemektedir.

- **Reaksiyon Tesisleri**

Bayan Sağlık Kulübü: Bayanlar için özel olarak sauna, hamam, buhar odası, hydro masaj teknolojisi, kapalı yüzme havuz, çocuk havuzu, jakuzi, özel dinlenme alanları, vitamin barı ile hizmet vermektedir.

Bay Sağlık Kulübü: Baylar için özel olarak sauna, hamam, buhar odası, hydro masaj teknolojisi, kapalı yüzme havuz, çocuk havuzu, jakuzi, özel dinlenme alanları, vitamin barı ile hizmet vermektedir.



Şekil 76. Bayır Diamond Hotel spa karşılama mekanı

Şekil 76’da görüldüğü üzere, spa giriş mekanında karşılama bankosu oval lake ahşapla tasarlanmış, tepe aydınlatması ve duvar kaplamasıyla oluşturulan bir mekândır. Giriş karşılama bankosu mekana ayrı bir algı yaratmaktadır.



Şekil 77. Bayır Diamond Hotel spa karşılama mekanı

Reaksiyon alanlarında – 2 bodrum’da toplantı salonları ve spa girişlerinin bulunduğu ahşap giydirmeleri ile süslenen geometrik tavan detaylarıyla tamamlanmış tavanın zemin mermer yansımalarıyla oluşan İtalyan boyaların kullanıldığı çok şık bir mekan oluşturulmuştur.



Şekil 78. Bayır Diamond Hotel hamam

Otelde, bay ve bayan olmak üzere iki adet hamam bulunmaktadır. Şekil 78’de görülen, hamam mermer taşları yatay çizgi olarak dizayn edilmiş göbek taşı özel mermerden oluşmaktadır, kurna üstü mavi seramik detaylar oldukça dikkat çekmektedir.



Şekil 79. Bayır Diamond Hotel spor salonu

Şekil 79’da görüldüğü üzere, spor salonu aynı zamanda havuza gören bir tasarım oluşturulmuştur. Spor yapan kullanıcılar aynı zamanda havuzu izleyerek keyifle çalışmalarına olanak sağlamıştır.



Şekil 80. Bayır Diamond Hotel havuz

Otelde bulunan iki adet bay ve bayan havuz yarı olimpik ve çocuk havuzu bulunmaktadır. Şekil 80’de görüldüğü üzere, tavan dalga detayları dinlenme ve barisol duvar detaylarıyla tamamı ile mermer kaplama olarak dizayn edilmiş müşteri memnuniyeti ön planda tutulup mekanın ışıklandırması ile ayrı bir hava yaratılmıştır. Mekan kurumsal kimlik olmamasına rağmen bu alanda tamamı ile müşteri memnuniyeti göz önünde bulundurularak otel konseptine uygun bir hale getirilmiştir.



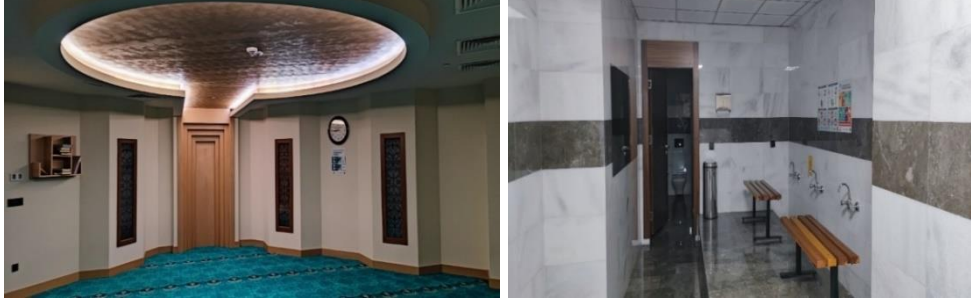
Şekil 81. Bayır Diamond Hotel buhar odası, sauna



Şekil 82. Bayır Diamond Hotel dinlenme odası

Spa merkezinde bulunan buhar odası sauna dinlenme odası masaj odaları ve spor salonları özel tasarlanıp müşteri memnuniyeti odaklı hazırlanmıştır. Şekil 81’de görülen, saunada dikkat çeken ahşap aralarına girilen çam ağacı ısınma esnasında çam

kokusunun yayılmasına sebep olmaktadır. Buhar odasında özel BTB kaplamaları dikkat çekmektedir. Dinlenme odaları rahatlık ön planda tutulup bambu ve tik ağacından yapılmıştır. Spa merkezinde bulunan dinlenme odalarında sade ve şık bir tasarım oluşturulması ile birlikte özel tasarlanan dinlenme şezlongları görülmektedir.



Şekil 83. Bayır Diamond Hotel mescid ve abdesthane

Otelde bay ve bayan olmak üzere iki adet mescit bulunmaktadır. Şekil 83’de görülen mescit zeminleri halı ile döşenmiş, duvarlarındaki nişler CNC işlemeli cam detayları ile süslenmiştir. Mihrap da ahşap detay kullanılmıştır. Yanlarında bulunan abdesthaneler wc ve abdest alma yeri olmak üzere 2 bölümden oluşmaktadır. Zemin ve duvarlar mermer kaplı oturaklar h:40 cm yüksekliğinde rahat abdest almak amaçlanmıştır. Otel, spa giyinme bölümünde bulunan dolaplar hepsi teker teker şifrelenmiş anahtar kilitleri mevcuttur.

- **Sirkülasyon Alanları**

Sirkülasyon alanlarında ayna detayları mekana derinlik katmış koridorlara genişlik algısı yaratılmıştır. Şekil 84’de görüldüğü üzere zemindeki mermer CNC işlemler, duvar ahşap ve ayna kaplamaları sirkülasyon alanlarının göze çarpan detaylarıdır. Asansör bekleme alanları müşteri rahatlığı göz önünde bulundurularak oturma bölümlerinden oluşmaktadır.

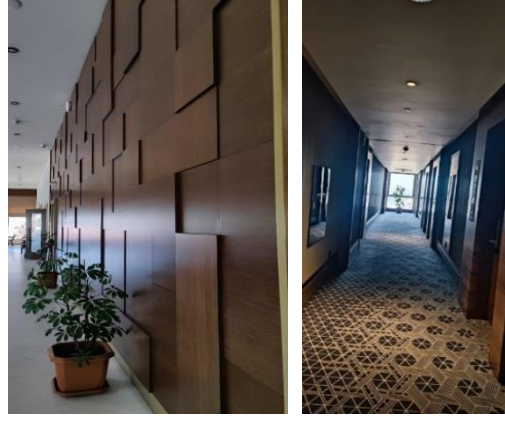


Şekil 84. Bayır Diamond Hotel asansör bekleme alanı



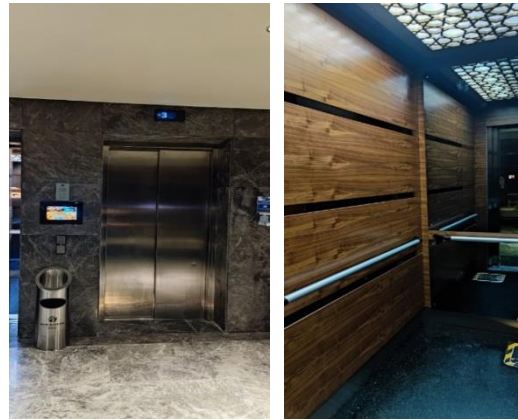
Şekil 85. Bayır Diamond Hotel merdiven

Şekil 85’de görülen, lobiden asma kata çıkan merdivenin detayında ahşap CNC işlemler dikkat çekmektedir. Ahşap merdiven basamakları ahşap küpeşteler, metal işlemler mekanda bütünlük sağlamıştır.



Şekil 86. Bayır Diamond Hotel duvar detayı ve kat holü

Şekil 86’da görülen duvarlarda bulunan ahşap geometrik duvar kaplamaları mekan algısını ön plana çıkartmaktadır. Kat hollerinde mekanik ve elektrik şaftları ahşap kaplamalarla süslenip zemin halısı ve tavanla bir bütünlük sağlamaktadır.



Şekil 87. Bayır Diamond Hotel asansör

Otelde biri yangın asansörü olmakla birlikte üç adet asansör bulunmaktadır. Şekil 87’de görüldüğü üzere duvarlarında ahşap kaplamalar, tavanında ise CNC motiflerin oluşturulmuştur.

- **Yatak Katları / Yatak Odaları**



Şekil 88. Bayır Diamond Hotel yatak odası giriş ve oturma birimi

Otelde bulunan yatak odaları; çift kişilik, tek kişilik, süit oda ve kral dairesinden oluşmaktadır. Odalarda yatak başlarında led ışıklar, komodinin arkası ayna detayları, loş aydınlatmalarla tamamıyla dinlenme amacı düşünülerek tasarlanmıştır. Tv cam arkasına gizleme detayı tasarımında olumlu sonuçlar elde etmesini sağlamıştır. Yatak odalarında turkuaz ve kahverengi renkleri ağırlıkta kullanılmıştır.

Tablo 3. Bayır Diamond Hotel yatak odaları

Yatak odaları	
Diamond Oda	184 adet ve 32 m ² Tek geniş yatak ve 2 ayrı yatak
Junior Suite Oda	14 adet ve 42 m ²
Deluxe Suite Oda	6 adet bulunmaktadır
Diamond Suite Oda	6 adet bulunmaktadır.
Engelli oda	3 adet bulunmaktadır
Kral Dairesi	220 m ² . Orta Anadolu da bulunan Kral Daireleri içerisinde büyüklüğü ile ön plana çıkmaktadır.
Triple Twin Oda	6 adet bulunmaktadır. 3 adet tek yatak olarak hazırlanmaktadır.



Şekil 89. Bayır Diamond Hotel yatak odası

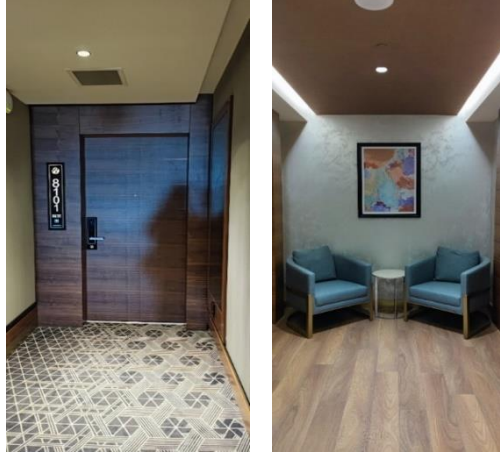


Şekil 90. Bayır Diamond Hotel wc

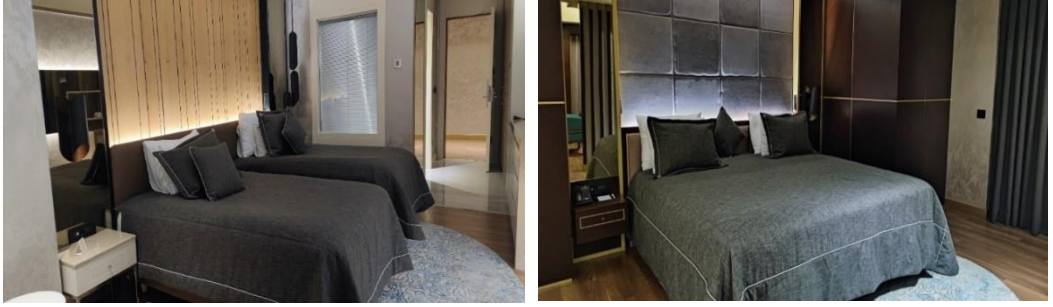
Şekil 90’da görüldüğü üzere, yatak odalarında bulunan banyolarda kullanılan malzemeler, burdur bej mermerden ve tüm plaka seramiklerden oluşan düz yalın ve sade tasarlanmıştır. Her wc de acil çağrı ve telefon sistemi bulunmaktadır. Koridor darlığını minimuma indirmek amaçlı oda koridorlarında ayna ile bir derinlik oluşturulmuştur.

- **Bayır Diamond Hotel kral dairesi**

Otelde bir adet kral dairesi bulunmaktadır. Kral dairesinin genel özellikleri kalabalık gruplara hitap etmektedir. Kral dairesinin içerisinde iki adet yatak odası bulunmakta ayrıca yatak odalarının kendine ait wc, banyo, sauna, jakuzi, spor alanı ve mutfak bulunmaktadır. Toplantı ve dinlenme amaçlı ayrı bir salon tarzında odası bulunmaktadır. Kral dairesindeki ahşap detaylardaki CNC işlemler iç mekana ayrı bir hava katmaktadır.



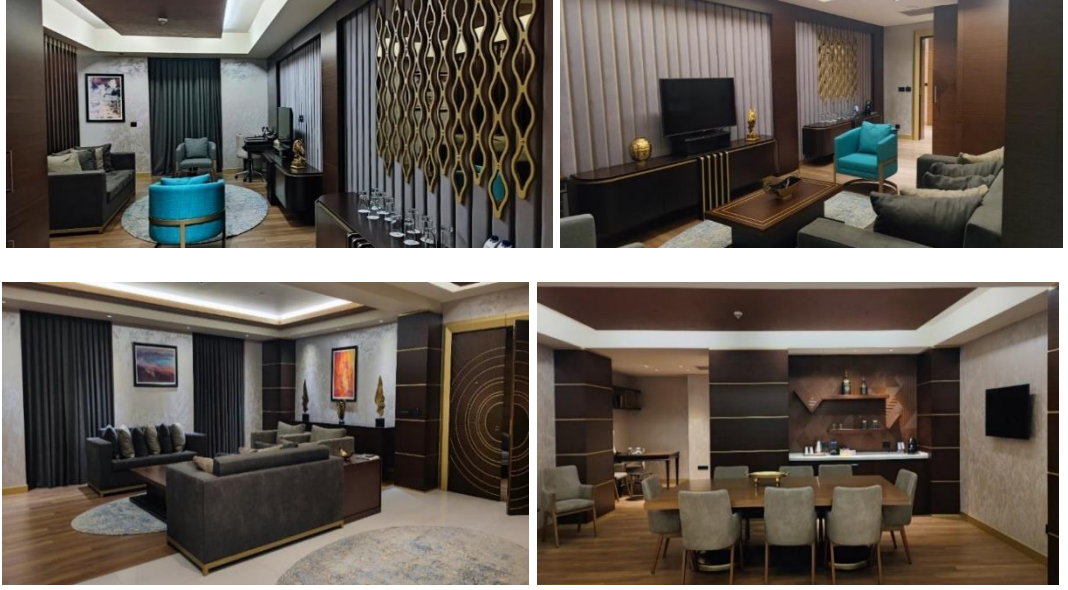
Şekil 91. Bayır Diamond Hotel kral dairesi yatak odası giriş ve oturma birimi



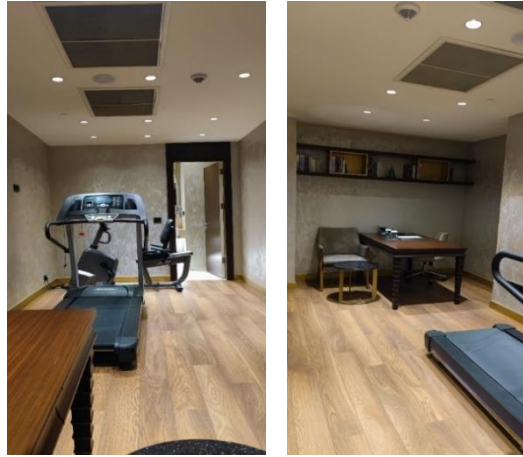
Şekil 92. Bayır Diamond Hotel kral dairesi yatak odası



Şekil 93. Bayır Diamond Hotel kral dairesi wc



Şekil 94. Bayır Diamond Hotel kral dairesi oturma ve toplantı salonu



Şekil 95. Bayır Diamond Hotel kral dairesi çalışma ve spor mekanı

Bayır Diamond Hotel kral dairesinde, odasında spor yapmak isteyenleri düşünerek spor aletleri bulunmaktadır. Küçük bir çalışma alanı oluşturulmuştur. Şekil 94'ün son fotoğrafında görüldüğü üzere mini bir mutfak düzeni oluşturulmuş ve pratik ihtiyaçları karşılayacak donatılar bulunmaktadır. Kral dairesinin karşılama alanında oturma odası ayrıca geniş ferah bir salonu bulunmakta gerekli durumlar içinde toplantı masası düşünülmüştür.

4.2.2. Mekansal Algı ve Kimlik

Bayır Diamond Hotel, kurumsal kimliğe sahip olması ile birlikte yatırımcı ve Art-mimarlık Hakan Külahçı tarafından tasarlanmış olup kullanıma açılmış bir otel olmaktadır. Otel vizyon ve misyon olarak, geleneksel Türk misafirlik anlayışını en iyi şekilde yansıtan, sürdürebilirliğini sağlayan bu anlamda sürekli kendini yenileyerek geliştiren bir otel olmayı hedeflemektedir. Bayır Diamond Hotel, Bayır Hotel markasını güvenilir bir otel zinciri oluşturarak otelcilik sektöründe etkili bir konuma gelmeyi önemsemektedir. Bayır Diamond Hotel, 5 yıldıızlı lüks bir otel olmasının yanı sıra kendi markasını ve konseptni oluşturarak kolay algılanabilen tasarım tercihleri ile ve mekanlar arası sirkilasyonun kolay özümlenmesi konaklayanlar için rahatlık oluşturmaktadır.

Bayır Diamond Hotel, alkolsüz konsepti ile bu konuda hassasiyet gösteren müşteriler için önemli bir yere sahiptir. Aynı zamanda bünyesinde bulundurduğu toplantı salonları ve balo salonları şehirde yaşayanlar için büyük bir ilgi görmektedir. Alakart restoran bölümünde özel toplantı yemekleri için düşünülmüş ayrı bir mekanın olması buraya karşı ilgiyi canlı tutmaktadır.

Bayır Diamond Hotel de özellikle doğal taş  eşitleri ve ahşap ile bir bütünlük sağlayarak tasarımını gözler önüne sunmuştur. Otel genel anlamda bakıldığında kahve tonlarının yansıtıldığı görülmektedir. Kahverengi güven ve zengilinliğin rengi olarak tanımlanabilmekle birlikte insan psikolojisinde rahatlık, sadelik, kalite, dürüstlük, içtenlik aynı zamanda güven duygusu veren mülk olarak algılanmaktadır. Ahşapla renklerin uyumunun birleşmesi bu anlamda oteli sıcak bir algıya sürüklemektedir.

Bayır Diamond Hotel için en önemli prensiplerden biri konaklayan müşterilerin güvenlerini kazanarak otelden memnun ayrılmaları ile birlikte akılda etkin bir yer edinmektir. Tasarımda renklerin etkisi d ş nelerek kahverengi renginin ağırlıkla kullanılmasında görsel algısını olumlu etkilemektedir.

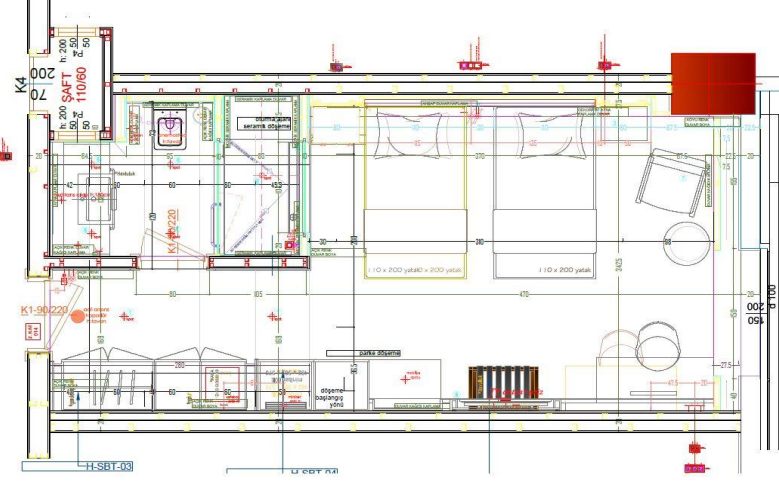

Otel mekan tasarımlarında, aydınlatma ve donatı elemanları, tavan zemin duvar detayları, kullanılan malzemeler, mekanların konumu işlevsel ve estetik faktörlerin bir bütün olarak uyumlu olması mekanın algılanmasında büyük bir başarı sağlamaktadır.

Bayır Diamond Hotel'e giriş yapıldığında resepsiyon kolay algılanabilir şekilde konumlandırılmıştır. Lobi mekanında bulunan mobilyalar, özel ölçülerle tasarlanmış olmakla birlikte rahat kullanım sağlamaktadır. Otelde konaklayanlar haricinde şehrin iş hayatının yoğunluğundan uzaklaşmak isteyen kullanıcılar içinde reaksiyon alanlarının kullanımı sağlanmaktadır.

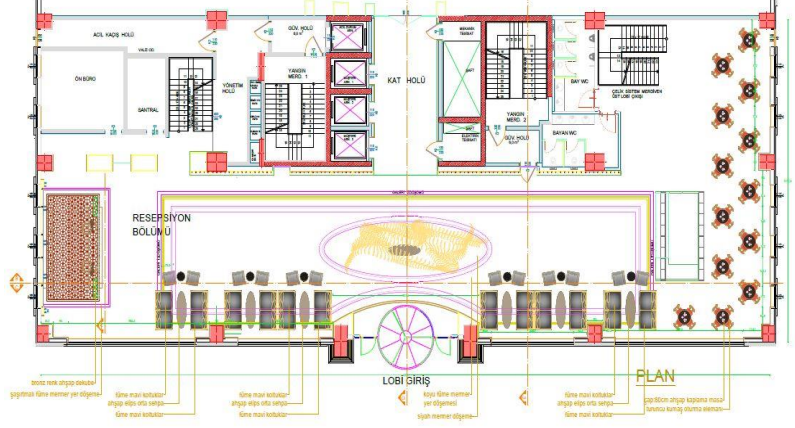

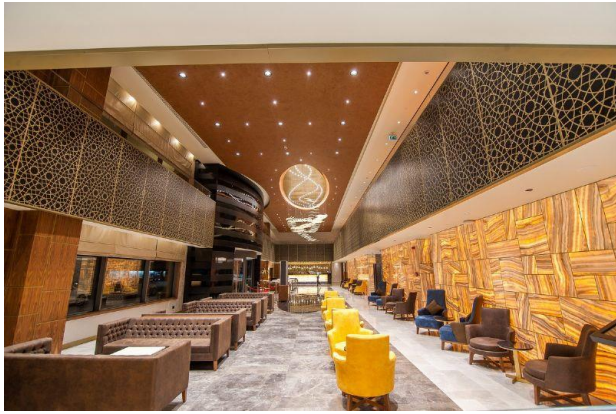
Otel, genel anlamda abartıdan uzak fakat şık ve lüks bir otel olarak tasarlanmakla birlikte yatak odalarında da bu etkiler görülmektedir. Yatak odalarında kahve ve turkuaz renginin uyumu müşteriye sunulmuştur. Turkuaz rengi, samimiyet ve mutluluğu temsil eden bir renk olması ile birlikte sakinliğe ulaşmayı sağlayan algı güçlerine sahiptir.

Otel hakkında kullanıcı yorumları incelendiğinde özellikle otelin temizlik konusunda çok hassas olmasından dolayı olumlu bir algı oluştuğu görülmektedir. Aynı zamanda otelin kendi evinizde gibi hissettirmek için büyük bir çaba sarf ettikleri de olumlu yorumlardan olmuştur. Otelin kendi oluşturduğu prensiplerini destekleyerek hareket etmesi ve otelde çalışan personeller ile otelin bir bütün olarak müşteri memnuniyetine değer vermeleri oluşturdukları kimliğe büyük ölçüde fayda sağlamakla birlikte kullanıcı algısında ise önemli bir noktaya gelmektedir.

Tablo 4. Bayır Diamond Hotel mekan dağılımı

BAYIR DİAMOND HOTEL	
	<p>Mekan Dağılımları:</p> <ul style="list-style-type: none">-4. Kat: Otopark-3. Kat: Otopark, Mekanik Odalar-2. Kat: Spa, Toplantı Salonları, Mutfak-1. Kat: Mutfak, çamaşırhane, depoZemin Kat: Lobi, Balo Salonu, Pastane, ResepsiyonAsma Kat: İdari Birimler, Dinlenme Mekanı1. Kat: Restoran, Mutfak, Toplantı Salonu2-8. Kat: Yatak Odaları9. Kat: Alakart Restoran10. Kat: Teknik Birimler
<p>Bayır Diamond Hotel Yatak Odası Plan</p>	
	
<p>Bayır Diamond Hotel Yatak Odası</p>	

Tablo 5. Bayır Diamond Hotel genel bilgi

BAYIR DİAMOND HOTEL	
 <p>Bayır Diamond Hotel Lobi Plan</p>	<p>Otelin Yeri: Selcuklu, Konya</p> <p>Otelin Mimarı: Artmim Hakan K�ulahçı</p> <p>Açılış Yılı: 2017</p> <p>Otel Sınıflandırması: 5 Yıldızlı Şehir Oteli</p> <p>Oda Sayısı: 216</p> <p>Kat Sayısı: 15</p> <p>Asansör Sayısı: 3</p> <p>Restorant: 2 ve pastane</p> <p>Cafe-Bar: -</p> <p>Toplantı Salonu: 7</p> <p>Fitness-Spa: Var</p> <p>Havuz: Bay/bayan kapalı havuz</p> <p>Otopark: Var / Vale Hizmeti</p>
 <p>Bayır Diamond Hotel Giriş</p>	
 <p>Bayır Diamond Hotel Lobi</p>	

4.3. Grand Millennium Hotel

Grand Millennium Hotel, Konya İlinde Selçuklu ilçesi, Horozluhan Mahallesinde, Konya 1.Organize Sanayi Bölgesi içinde, Konya Sanayi Odası yanında bulunmaktadır. Konya şehri için büyük önem taşıyan Mevlana Türbesi ve müzesine 9,2 km uzaklıkta olarak rahat ulaşım sağlayabileceği bir konumda bulunmakta aynı zamanda Konya Havaalanı'na yaklaşık 8 km, şehir merkezine olan uzaklığı ise 10 km olarak konumlandırılmıştır.

Millennium Hotels & Resorts Group, Türkiye'ye kazandırdığı Millennium İstanbul Golden Horn otelinden sonra Grand Millennium Hoteli 2020 yılında Konya ilinde açılışı yapılarak hizmet vermeye başlamıştır. Otel, Güvenli Turizm sertifikasını almıştır. Otel'in 2020 yılında açılması ile birlikte hala inşaatı devam eden bölümleri ve bundan kaynaklı hala hizmete sunulmayan mekanları bulunmaktadır.

Grand Millennium Hotel, Ece Mermer Turizm Sanayi Başkanı Yavuz Türkel'in öncülüğünde Konya iline kazandırılmıştır. Otel, konum olarak 1.Organize Sanayi Bölgesinin içinde konumlanmasından kaynaklı iş adamları için ayrıcalıklı yere sahip olmaktadır. Konya'da yapılması gereken etkinlikler için de büyük bir öneme sahip olmaktadır.

Grand Millennium Hotel, müşteriye verilen hizmetlerin en üst noktada olmasını, müşterinin aklında bir yer edinerek mutlu ayrılımlarını hedeflemektedir. Otel, hedeflediği prensiplerine uygun olarak her mekan için farklı tasarımlar oluşturarak, konaklayan müşteriler için ayrıcalıklar sunmaktadır. Grand Millennium Hotel, Luxury konsept ve executive anlayışını savunarak otel tasarımını tamamlamıştır. Konya iline kazandırılmış, en lüks otellerden biri olması ile birlikte otelin her mekanı birbirinden farklı konsept ve tasarımlar oluşturarak tasarlanmıştır. Otel Atrium, Tower ve Oditoryum olmak üzere üç ana bloktan oluşmaktadır.

Millennium Convention Center de bulunan mekanlar; Millennium Sound, Diamond Hall (Gala Salonları) , The Saloons's (Toplantı Salonları), Night Clup. Millennium Convention Center' de Night Clup ve cephe de tadilat devam etmektedir.

Grand Millennium Hotel, bünyesinde 2 Alakart restoran, 3 bar, 3 kapalı restoran bulundurmaktadır. Otel kendi bünyesinde bir alakart restoran, bir bar, bir restoran ve

pastanesinde hizmet vermekle birlikte geri kalan 3 mekanı kiraya verilmiştir. Grand Millennium Hotel de bulunan restorant ve barlar; Millennium Main Restoran, Ristorante Italiano (A'la Carte Restaurant), Irish Pub (Club) , Sky Patisserie, Atrium Bar & Oditoryum Bar, Executive Lounge, Vıp Lounga A'la Carte Restaurant, Lotus Bar, The Stage. Mevcut kullanımda Ana restoran, Irish pub, Lotus bar kullanılmaktadır.

Grand Millennium Hotel, bay bayan ayrı hizmet sunarak hamam, sauna, fitness, buhar odası, masaj salonları, sağlık kulübü, jakuzi, vıp hizmetleri ile birlikte özel dinlenme mekanları, kapalı havuzu, vitamin bari ile müşteriye hizmet vermektedir.

Grand Millennium Hotel bünyesinde kapalı otopark bulunmakla birlikte araç kiralama hizmeti de sunmaktadır.

Grand Millennium Hotel, konaklamak isteyenler için 318 odası bulunmaktadır. Engelliler göz önünde bulundurularak, tekerlekli sandalye kullanımına yönelik ortak tuvalet, danışma masası, kayıt masası, restoran, asansör ve araç otoparkı bulunmaktadır.

4.3.1. Mekan Oluşumları, Kullanım Alanları

- **Giriş Mekanları**



Şekil 96. Grand Millennium Hotel giriş

(Kaynak : Grand Millennium Hotel)

Şekil 96'da görüldüğü üzere otel girişi büyük bir kanopi üzeri varak kompozit panellerle kaplanmış yükseklik açısından çok görkemli iç mekan dizaynına uyumlu bir giriş ile dikkatleri üzerine çekmektedir.

- **Lobi Mekanları ve Oturma Birimleri**



Şekil 97. Grand Millennium Hotel lobi

(Kaynak : Grand Millennium Hotel)

Grand Millennium Hotel lobi kurumsal kimliği olmasına rağmen her şehirde ayrı dizayn edilmiş ve Konya’da bulunan otelin Osmanlı motifi, varak işlemeler, asansör kuleleri, siyasi işlemeleri resepsiyon arka detayları ışıklandırmalarla tam anlamıyla sarayı andırmaktadır. Şekil 97’de görüldüğü üzere mekanda Osmanlı motifleri ön planda bulunmaktadır. Devasal aydınlatmalar ve işlemeler kurumsal kimlik dışına çıkmadığını göstermektedir. Her ne kadar kurumsal kimlikli bir otel olsada yatırımcının istekleri doğrultusunda dizayn edilmiştir. Tavan ve duvar işlemeleri özel kalem ve fırça tekniği uygulanmıştır. Zemin mermer işlemeleri su jetinde kesilip numaralandırıcı teker teker zemine yerleştirilmiştir. Girişte bulunan iki adet kafes kral taçını andırmaktadır. Otel lobisine dair oldukça fazla detaylar bulunmaktadır. Şekil 98’de görülen atrium tavan işlemeleri lobi detaylarından geri kalmamaktadır. Tavandaki vitray çalışmaları aydınlatmalar duvardaki işlemeler otel giriş ahengini bütünleştirmiştir.



Şekil 98. Grand Millennium Hotel oturma mekanları

(Kaynak: Grand Millennium Hotel)

Şekil 99’da görüldüğü üzere oturma mekanları atrium boşluklarında odalara bakmaktadır. Bu mekanlar çok amaçlı kullanılabilir bir şekilde dizayn edilmiştir. Organizasyonlar için bu alanlarda kullanıma açıktır.



Şekil 99. Grand Millennium Hotel oturma ve çok amaçlı kullanılan mekanı

- **Yeme-İçme Mekanları**

Grand Millennium Hotel; FB (tam pansiyon), HB (yarım pansiyon), BB (oda kahvaltısı) plus konsepti ile hizmet vermektedir. Bar gerek giriş karşılama gerekse dizayn olarak sıcak renkler ve malzemeler kullanılmıştır. Zeminler parke döşeme, duvarlarda varak işleme detayları ile dikkat çekmektedir. Bar tavan kısmı çelik konsüriksiyonlu kanopi şeklinde tasarlanmış dış mekan balkonları ile bütünlük sağlamıştır.



Şekil 100. Grand Millennium Hotel bar

(Kaynak: Grand Millennium Hotel)

Otelde her kültüre uygun yeme içme mekanları bulunmaktadır. İtalyan mutfağı, Fransız mutfağı, bistro cafeler gerek dizayn gerekse kullanım açısından oldukça farklılık göstermektedir. Restoranlar ve yeme içme mekanları zemin duvar kaplamaları ışıklandırmalar mekanın algısını ön plana çıkartmaktadır. Mekanlarda ağırlıkta mermer granit yani doğal taşlar kullanılmakta ayrıca mekanlarda doğal ürün kullanımı ön plana çıkartılmıştır. Deri, taş ve ahşabın yoğunlukta kullanılması ile mekan sıcaklığını artırmada olumlu etki bırakmıştır.

Tablo 6. Grand Millennium Hotel restoran ve bar

Restoran ve Bar	Kapasite	Özellik
Millennium Main Restorant:	164 kişi kapalı alan,134 kişi teras kapasiteli	Kahvaltı servisi ile birlikte BB plus konsepti
Ristorante Italiano (A'la Carte Restorant) – Oditoryum Blok	88 kişi kapalı alan, 16 kişi teras kapasiteli	İtalyan Mutfağı
Irish Pub (Club) – Atrium Blok	70 kişi kapalı alan, 30 kişi teras kapasiteli	İrlanda barı
Sky Patisserie:	24 kişi kapalı alan, 37 kişi teras kapasiteli	Pastane
Atrium Bar & Oditoryum Bar:	Lobi bar olarak 24 saat açık hizmet vermektedir.	
Executive Lounge:	Business desk, kahvaltı, coffee break hizmet veren mekan	
Vip Lounge A'la Carte Restorant:	Dünya mutfağı	
Lotus Bar:	Alkollü içki ve özel kokteyl menülü bar	
The Stage:	Canlı müzik ve eğlence mekanı	



Şekil 101. Grand Millennium Hotel yeme-içme mekanı

- **Çok Amaçlı Salon**

Otelde altı adet toplantı salonu bulunmaktadır. Toplantı salon duvarları komple kumaş ve ahşap kaplı olup ahşaplar da Selçuklu motifleri kullanılmış kısmi zemin halıları da bu motiflere uyum sağlamıştır. Toplantı salonlarının masaları tamamı ile kullanım amaçlı dizayn edilmiş salonlarda tavan kaplamaları ve duvar kaplamaları ses düzeyini ve yankıyı minimuma indirmiştir. Salonların giriş kapıları özel olarak tasarlanmış kapı iç dolguları ses geçirimsizliği sağlayacak şekilde imalatları yapılmıştır.



Şekil 102. Grand Millennium Hotel toplantı salonu

Diamond Gala Hall: 1730 m² ve 1550 kişi kapasitesi ile büyük davet ve organizasyonlar için kullanılmaktadır.

Ares- Zeus- Artemis Halls: 135 kişi kapasitesi ile toplantı salonu kullanılmaktadır.

Ametis-Turquaz, Marble, Aquamarine- Onyx: 48 kişi kapasitesi ile toplantı salonu ve Workshop çalışmaları için tasarlanmış salonlar bulunmaktadır.

Süleyman Şah-Kılınçarslan: 126 kişilik kapasitesi ile toplantı salonu ve atölye uygulamaları için kullanılmaktadır.

Mevlana: 46 kişilik kapasitesi ile toplantı salonu kullanılmaktadır.

Fatih (Vip Meeting Room): 23 kişilik kapasitesi ile Vip masa düzeni ile kullanılmaktadır.

Tablo 7. Grand Millennium Hotel toplantı salonları

Toplantı Salonları	Bulunduğu Konum	Alan m²	Kapasite
Diamond Gala	Kongre	1730	1550
Ares	Kongre	220	135
Zeus	Kongre	220	135
Artemis	Kongre	220	135
Ametis	Kongre	80	48
Turkuaz	Kongre	67	48
Marble	Kongre	53	48
Aquamarine	Kongre	53	48
Onyx	Kongre	51	48
Süleyman Şah	1. Kat	190	126
Kılıçarslan	2. Kat	190	126
Fatih (Vip)	3. Kat	93	23
Mevlana	3. Kat	202	46

- **Reaksiyon Tesisleri**

Poseidon SPA: Atrium ve Oditoryum Blok altında bulunan 5000 m² lik spa merkezi bulunmaktadır. Bayan ve unisex ayrı tasarlanmıştır. Buhar banyosu, duş, sauna, jakuzi, masaj salonları, fitness, havuz, hamam gibi alanlar her birinde bulunmaktadır. Bununla birlikte sauna, hamam, masaj salonu, jakuzi, buhar odası hizmetleri içinde 8 adet Vip spa mekanları bulunmaktadır.

Türk Hamamı: Poseidon Spa konsepti ile hizmet vermektedir.

Sağlık Kulübü Ladies: Bayanlar için özel olarak hizmet vermektedirler. Sauna, fitness, 2 adet vip masaj kabinleri, 2 adet masaj odaları, 2 adet kese-köpük, hamam, tuz odası, buhar odası, kapalı havuz, kar çeşmeleri, macera duşu, dinlenme alanları, güzellik salonu, vitamin barı ile hizmet vermektedir.

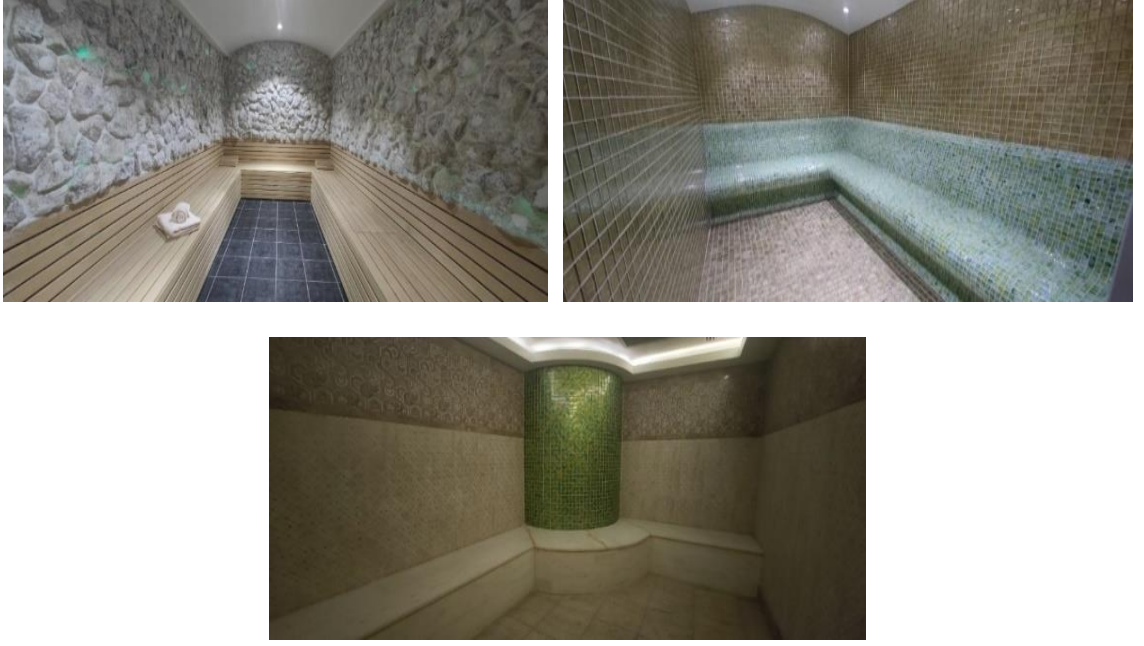
Sağlık Kulübü Unisex: Unisex olarak sauna, fitness, 6 adet vip masaj kabinleri, 2 adet masaj odaları, 2 adet kese-köpük, hamam, tuz odası, buhar odası, kapalı havuz, kar çeşmeleri, macera duşu, dinlenme alanları, güzellik salonu, vitamin barı ile hizmet vermektedir.

Posedion Bar's (Vitamin&Oksijen): Atıştırma alternatifleri ile birlikte çeşitli içecekler hizmet vermektedir.



Şekil 103. Grand Millennium Hotel spa karşılama ve bekleme mekanı

Otel spa karşılama ve bekleme alanları bodrum katta özel mekanların tasarımıyla bütünleşen müşteri memnuniyeti odaklı mekanlar olarak hizmet vermektedir. Spa merkezine geçiş yapıldığı zaman geniş bir oturma alanı bulunmaktadır. Doğal taş detaylarının yoğunlukta kullanılması birlikte otelin bütünü ile değerlendirildiğinde daha sade tasarlanmış bir mekan olduğu görülmektedir. Duvarlarda mozaik tablolar oluşturulması dikkat çekmektedir. Şekil 103'de görülen, mekanda doğal taş ahşap ve barisol detaylar göze çapmaktadır.



Şekil 104. Grand Millennium Hotel tuz odası, buhar odası

Bir çok otelde bulunmayan özellikle tamamı ile doğal tuzların bulunduğu odaları sauna ve buhar odaları takip etmektedir. Saunada kullanılan sedir ağacı buhar odalarındaki cam mozaikler kullanıcı ilgisini üzerine çekmeyi amaçlamıştır. Buhar odalarında kullanılan taşların diğer otellere göre farklı renklerde kullanılmış olması görsel olarak güzel görüntü oluşturması ile birlikte algıda olumlu bir etki bırakmaktadır.



Şekil 105. Grand Millennium Hotel hamam

Şekil 105’de görülen hamam, Türk klasik hamamlarının çizgisini taşımaktadır. Özellikle son zamanlarda tercih edilen marmara mermeri sağlık ve görsellik açısından oldukça şık bir tasarım olarak uygulanmıştır. Mermerle beraber görsel olarak da seramik ile süslenen hamam göbek taşı kurnalar ve duvarlardaki sütunlarla da oldukça şık bir mekan haline getirilmiştir.



Şekil 106. Grand Millennium Hotel dinlenme mekanı

Şekil 106’da görüldüğü üzere, dinlenme mekanları ahşap ve cam mozaiklerle taçlanmış loş ışıklarla da bir bütünlük sağlanarak hoş bir mekan tasarımı oluşturulmuştur. Mozaiklerden oluşturulan şezlonglar, dinlenme mekanının akılda kalıcı bir algı oluşturması için özel olarak tasarlanmıştır.



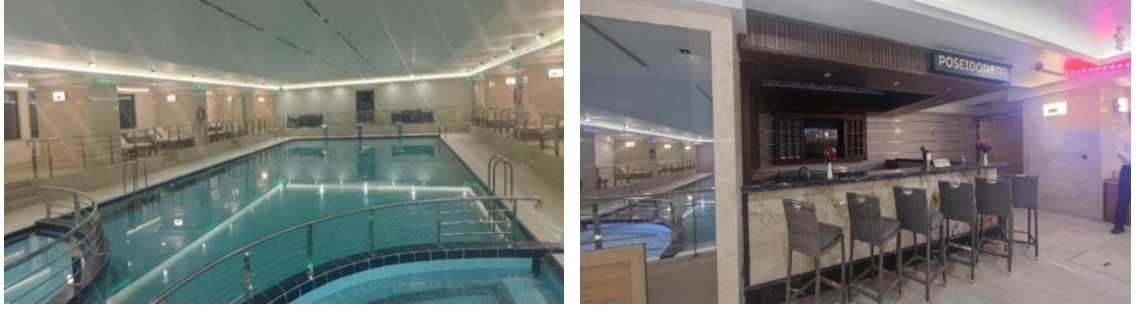
Şekil 107. Grand Millennium Hotel spa holleri

Spa holleri oldukça geniş zemin burdur bej mermer kaplaması, duvarlarda ahşabın ve cam mozaiklerin süslediği tamamen hoş ve şık mekanlar olarak tasarlanmıştır. Geniş ve ferah oluşturulan hollerde kullanılan malzemeler ve detaylar daha çok göze çarpmaktadır. Diğer otellerden farklı bir detay olarak şekil 107’nin ikinci fotoğrafında görüldüğü üzere hollerde ara ara kar çeşmeleri bulunmaktadır.



Şekil 108. Grand Millennium Hotel spor salonu ve vip spa mekanı

Son zamanlarda otellerde bulunan spor salonlarının, havuz manzarasına bakması bu otel içinde göze çarpmaktadır. Zemin epoksi kaplama duvarlarda ayna detayları standart bir spor salonunda bulunan tüm özelliklere sahip bir şekilde tasarlanmıştır. Şekil 108'nin ikinci fotoğrafında görülen vip spa odaları mevcuttaki tüm özellikleri bir tek mekanda toplayarak aileler için özel imkanlar sunulması amacı ile tasarlanmıştır.



Şekil 109. Grand Millennium Hotel havuz ve bar

Otelde bulunan yüzme havuzunda, jakuzi ve çocuk havuzu bulunmakta olup havuzun yer zemininde porselen döşeme uygulaması yapılmıştır. Havuz etrafı yürüme alanlarında yüzeyi patinatolu (yakılarak yapılan) özel mermerlerle kaymayı önlemek amacıyla özel tasarlanmış zemin kaplamaları mevcuttur. Havuz üst kısmında bulunan vitamin bar ahşabın ve mermerin bütünlüğü sağlanarak tasarlanmıştır.

- **Sirkülasyon Alanları**

Sirkülasyon alanları içerisinde üç adet asansör biri yangın asansörü diğer ikisi müşteri asansörü olarak kullanılmaktadır. Asansör iç kaplamaları paslanmaz çelik, zeminler ise CNC işlemeli granit ve burdur bej ağırlıklı desenler kullanılmıştır. Otel koridorları zemin halı kaplama duvarlar kısmi ağaç kaplama ve tavan yüksekliği minimum tutulan mekanlar olarak göze çarpmaktadır.



Şekil 110. Grand Millennium Hotel asansör ve kat holü

- **Yatak Katları / Yatak Odaları**

Regular Superior Room, Executive Deluxe Room, Executive Premier Room, King Suite, Millennium Suite, Family Suite Room, Suite Luxury Room olarak isimlendirilmiş odaları bulunmaktadır.



Şekil 111. Grand Millennium Hotel yatak odası

Şekil 111’de görülen otel odaları konaklama amacı ile dizayn edilse de müşteri rahatlığı ön planda tutulmuştur. Mekanda akrilik lake boyalı mobilyalar duvar kağıtları dinlenme amaçlı koltuk ve puflarla mekanda ayrı bir konfor sağlanmak amaçlanmıştır.



Şekil 112. Grand Millennium Hotel wc

Banyolar duş ve küvet olmak üzere tercihe göre kullanılması düşünülerek tasarlanmıştır. Şekil 112’de görülen mekan zemini dama mermer döşeme, duvarlarda ise cam mozaiklerle bir bütünlük sağlanarak tasarlanmıştır. Tasarım tamamen bu kısımlarda yatırımcıya ait şekilde oluşturulmuştur. Yatak odasının içinde, yatağın yan tarafında dolap kapağının arkasına gizlenerek oluşturulmuş küvet bulunmaktadır.



Şekil 113. Grand Millennium Hotel ütü masası ve yatak odası kapıları

Şekil 113’de görüldüğü üzere otel oda kapıları iki tip olarak karşımıza çıkmaktadır. Biri ahşap ceviz kaplama diğeri ise akrilik lake boyalı MDF kapılardır. Otel odasındaki önemli bir diğeri detay ise portatif ütü masası ve ütünün bulunmasıdır. Duş bataryalarının ve duş alt sifonlarının kontrolü amaçlı oluşturulan nişler, ütü masasının bulunduğu bir dolap olarak değerlendirilmiştir.

- **Grand Millennium Hotel kral dairesi**

Kral dairesinde bulunan oturma mekanları müşteri rahatlığı göz önünde bulundurularak tasarlanmış mermer zemin döşemeler metal ayaklı oturma gurupları tavan CNC ışık bantlı detaylarla tamamıyla dinlenme amaçlı tasarlanmıştır. Duvar ayna detayı varak işlemler dikkat çekmektedir. Kral dairesi oturma bölümünün hemen yanında bulunan yatak odası kayar kapıyla ayrılmış, geniş büyük yatak ve ahşap lake detaylı duvar kaplamaları ile süslenmiş ayrı bir bölüm olarak dizayn edilmiştir.



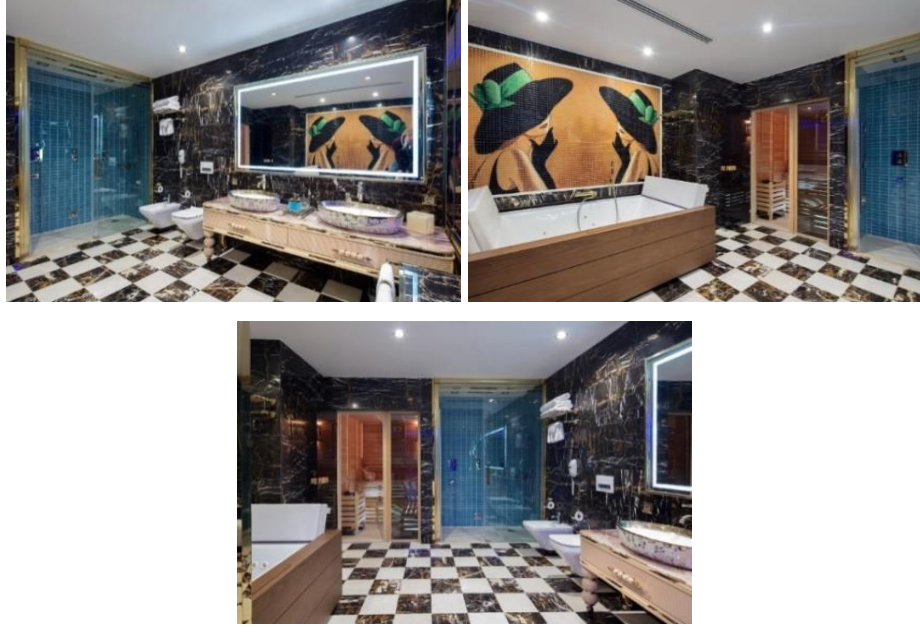
Şekil 114. Grand Millennium Hotel kral daire yatak odası

(Kaynak: Grand Millennium Hotel)



Şekil 115. Grand Millennium Hotel kral daire giriş ve oturma mekanı

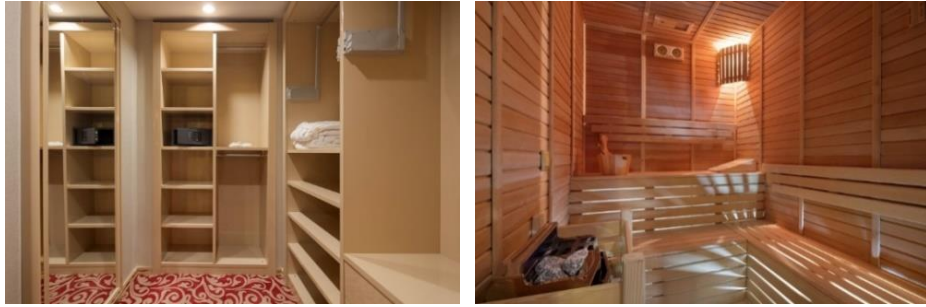
(Kaynak: Grand Millennium Hotel)



Şekil 116. Grand Millennium Hotel kral daire wc

(Kaynak: Grand Millennium Hotel)

Şekil 116’da görüldüğü üzere kral dairesi banyosunda bulunan duvar tablosu tamamen çeşitli mermerlerin puzzle şeklinde birleşimi ile oluşmuştur. Banyo zemini emprador ve burdur bej mermerinin birleşimi ile duvarların emprador dark kaplanmasıyla bir bütünlük sağlamıştır. Ahşap lake lavabo konsolları, metal çıtalarla mekanda ayrı bir görsellik oluşturmuştur.



Şekil 117. Grand Millennium Hotel kral daire soyunma odası ve sauna

(Kaynak: Grand Millennium Hotel)

Şekil 117’de görüldüğü üzere, kral dairesinde konaklayan misafirlerin kendine ait kullanabileceği, sedir ağacından yapılmış bir adet sauna, jakuzi ve buhar odası bulunmaktadır. Özel olarak düşünülmüş geniş bir giyinme odası da bulunmaktadır.

- **Özel Olarak Hazırlanmış Tablolar**



Şekil 118. Grand Millennium Hotel mermer tabloları

Şekil 118’de görülen, otel restoran ve sirkülasyon alanlarında bulunan dünyanın dört bir tarafından çıkarılan mermerler puzzle şeklinde 3 boyutlu olarak tasarlanmıştır. Özel olarak çinli kadınların tek tek el emeği vererek, her bir parçasının büyüklüğünün 3 cm’yi geçmediği tablolardan her biri 3 ayda hazırlanmıştır.

4.3.2. Mekansal Algı ve Kimlik

Grand Millennium Hotel’de, Luxury konsept ve executive anlayışını savunularak otel tasarımı sunulmaktadır. Otelin her mekanı farklı konseptler ve tasarımlar doğrultusunda tasarlanmıştır. Müşteri otelde konakladığında her bölümde farklı kültürlerin izlerini görmektedir. Otelin en önemli prensibi konaklayan otelden ayrıldığı zaman gerek personellerin gülyüzü ve ilgisi, gerek mekanların tasarımının akıllarda olumlu etki bırakarak bu bağlamda tekrar tercih edilen otel olarak algıda büyük bir etki yaratmaktadır.

Grand Millennium Hotel, kurumsal kimliğin etkisi ile doğarak bireysel kimlikte tasarımını tamamlamış bir otel olarak kullanıma sunulmaktadır. Executive hizmet

anlayışını ön planda tutan otel, kendine özgü dekorasyonu ile birlikte modern ve klasiği bir arada tutulduğu gözler önüne serilmektedir.

Grand Millenium Hotel, kendisine ait restoranları ile hizmet vermeye birlikte geri kalan 3 mekanı kiraya vermektedir. Farklı kültürlere değer verilmesini, örneğin İtalyan mutfağını temsil eden şeflerle hazırlanıp konaklayan müşterilere sunulmasıyla göstermektedir. Otel bünyesinde bulunan toplantı salonları ile birlikte balo salonu ve kongre merkezi ile hizmet vermesinden kaynaklı iş adamlarının tercih edeceği bir otel olmasını desteklemektedir.

Grand Millennium Hotel, farklı tasarımların bir bütünlük sağlamasından doğarak oluşturduğu kimliği ile otel mekanlarını etkilemektedir. Otel, konaklayanlar için bütün imkanları önüne sunarak, kullanıcının beğenisini ve takdirini almayı bu bağlamda mekânsal algıyı kuvvetlendirmeyi ön planda tutmaktadır. Otel mekânsal algıyı verdiği önem ile otel kimliğinin oluşumunu ve gelişimini desteklemektedir.

Bir otelin ismi, oteli hiç görmeden bile insanların aklında birkaç şey canlanmasında etkili olabilmektedir. Hillside Su Hotel denildiği zaman suyun sadeliği ve saflığını hissedeceğimiz bir mekan algısını beklemekteyiz. Aynı şekilde Grand Millennium içinde düşünülürse ve bu bağlamda mekan tasarımları da göz önünde bulundurulursa farklı kültürlerin bir arada bulundurma düşünceleri daha anlamlı bir hal almaktadır. Otelin ismi, kimliği ve imajı birbirini tamamlamaktadır. Konaklayanlar için her ayrıntının ince düşünülmesi, kat hollerinde buz makinalarının olması bile kullanıcılar için olumlu bir algı yaratmakta bu bağlamda oluşan kimliğini desteklemektedir.

Grand Millennium Hotel de kullanıcı algısında büyük bir yer edinmesinde etkili olan mekan lobi, resepsiyon mekanı olmaktadır. Otele giriş yapıldığı an, yüksek tavana sahip büyük bir lobinin karşılaması aynı zamanda çok fazla detaya sahip olması ile birlikte müşteri resepsiyon kısmını kolay algılayabileceği bir konumda bulunmaktadır. Müşteri bu otelde konakladığı zaman otel haricinde farklı bir mekanda bulunma ihtiyacı hissetmeyecektir. Otelin her mekanının birbirinden farklı olması, çeşitli restoranların ve reaksiyon alanlarının olması müşteriye en iyi ve en lüks hizmeti vermektedir.

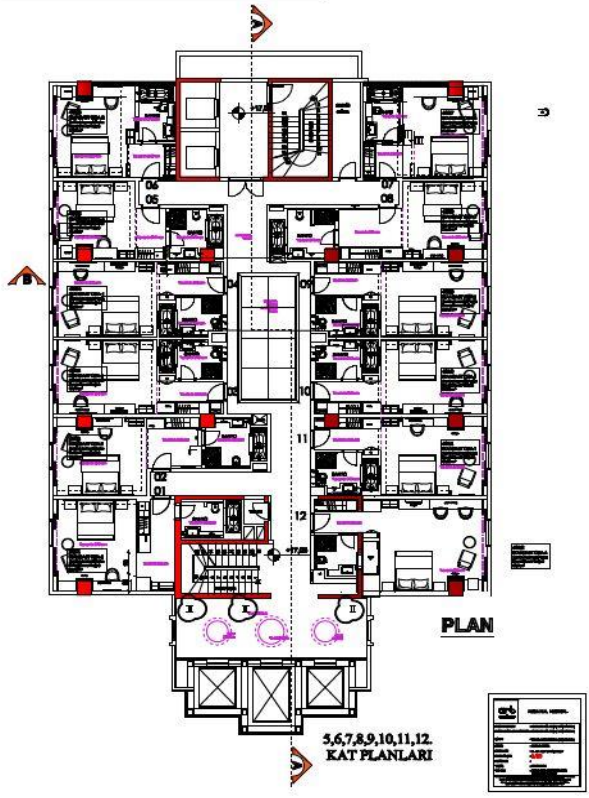

Grand Millennium Hotel de farklı mekanlarda bulunan mermer tabloların bulunması göze çarpmaktadır. Her biri tek tek düşünülerek kesilerek hazırlanmış ve sonunda bir bütün oluşturmuş 3 boyutlu tablolar bulunmaktadır. Alınan bilgilere göre konaklayan

müşterilerinin beğenisini kazanmakta ve algısında olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Grand Millennium Hotel’de, kullanıcıların donatı elemanlarının çok fazlasında mermerden yapılmış sehpa, masa gibi donatı elemanları görülmektedir. Lobide bulunan oturma elemanları kolay algılanabilir şekilde konumlandırılmıştır.

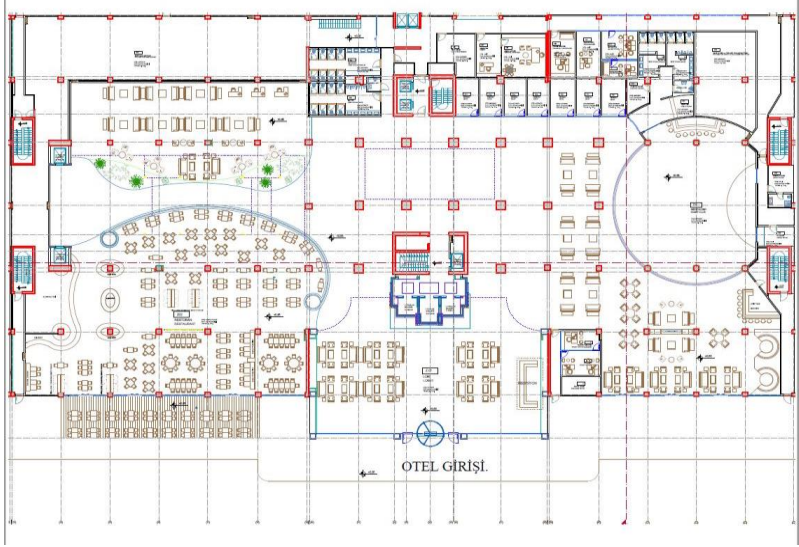


Otel, simetrik bir tasarım anlayışı ile tasarlanmıştır. Lobiyi tam ortadan bir çizgi çekildiği düşünülürse birbirinin yansıması olarak oluşturulmuştur. Resepsiyon aynı şekilde karşısında da bulunmaktadır. Kullanıcı algısı olarak karşılıklı iki resepsiyon bulunması giriş yapıldığında hangi tarafa yönelim sağlayacağı zorlaştırmaktadır. Aynı zamanda tasarım yoğunluğunun fazla olmasından dolayı da konaklayan önce girmiş olduğu mekanı anlamlandırma sürecinden sonra resepsiyona eğilim göstermektedir. Lobi de bulunan kafes şeklinde oturma birimlerinin bulunması ortama farklı bir hava katmaktadır.

Otelde, yatak odaları ve kat holleri oturma birimlerinin bulunduğu fuayene avlusuna bakmaktadır. Aynı şekilde burda da simetrik bir yaklaşım olduğu görülmektedir. Otelde kullanılan malzeme ve mobilyalar kullanıcı algısında, mekanın algısal bütünlüğü oluşturması ile birlikte oluşturduğu tasarımda başarılı olmaktadır. Grand Millennium Hotel her detayı ile düşünüldüğü zaman, otelin imajı ve kimliğinin mekana yansıtılması aynı zamanda mekanlarda kullanılan mobilyaların, malzemelerin, otelin ismi, farklı kültürleri ele alınması, otelin tasarım prensipleri ile bir bütünlük oluşturması mekanlara yansıtılmaktadır.

Tablo 8. Grand Millennium Hotel mekan dağılımı

GRAND MİLLENNIUM HOTEL	
<p>KONYA HOTEL 5.-12. KAT TEFRİŞ PLANI (STANDART ODA KATLARI)</p>  <p>Grand Millennium Hotel Yatak Katı Plan</p>	<p>Mekan Dağılımları:</p> <p>-1. Kat: Otopark- SPA- Teknik ve çalışan personele ait bölümler- Mutfak</p> <p>Giriş Kat: Resepsiyon, Lobi, Restoran, Irish pub, İdari Birimler, Mutfak</p> <p>1. Kat: Yatak odaları</p> <p>2-3 Kat: Yatak Odaları- Toplantı Salonları</p> <p>4-13. Kat: Yatak Odaları</p> <p>14. Kat: Lotus Bar</p>
 <p>Grand Millennium Hotel Yatak Odası</p>	

Tablo 9. Grand Millennium Hotel genel bilgi

GRAND MİLLENNIUM HOTEL	
 <p>Grand Millennium Hotel Plan</p>	<p>Otelin Yeri: Selcuklu, Konya</p> <p>Otelin Mimarı: Artnim Hakan K�lahcı Mimar Ercument Cebeci</p> <p>Açılış Yılı: 2020</p> <p>Otel Sınıflandırması: 5 Yıldızlı Şehir Oteli</p> <p>Oda Sayısı: 318</p> <p>Kat Sayısı: 15</p>
 <p>Grand Millennium Hotel Giriş</p>	<p>Asansör Sayısı: 12</p> <p>Restorant: 5</p> <p>Cafe-Bar: 3</p> <p>Toplantı Salonu: 8</p> <p>Fitness-Spa: Var</p> <p>Havuz: Bay/bayan ayrı kapalı havuz</p>
 <p>Grand Millennium Hotel Lobi</p>	<p>Otopark: Var. Vale ve araba kiralama hizmeti verilmektedir.</p>

4.4. Bölüm Sonucu

Tablo 10. Otellerin genel özelliklerine göre karşılaştırma tablosu

Araştırma Otelleri Genel Özellikleri	Novotel	Bayır Diamond Hotel	Grand Millennium Hotel
Konum	Selçuklu - Konya	Selçuklu- Konya	Selçuklu- Konya
Tasarımcı	Mimar Mustafa Mermer	Artmim Hakan Külahçı	Artmim Hakan Külahçı Mimar Ercüment Cebeci
Nitelik Sınıflandırması	5 Yıldızlı	5 Yıldızlı	5 Yıldızlı
Yerleşim Sınıflandırma	Şehir İçi Otel	Şehir İçi Otel	Şehir İçi Otel
Kullanım Amacı Sınıflandırma	Dinlenme Otelleri	Dinlenme Otelleri	Dinlenme Otelleri
Diğer Kullanım Amaçları	Toplantı, konferans ve dinlenme amaçlı kullanım	Toplantı, konferans, dinlenme ve spa amaçlı kullanım	Toplantı, konferans, dinlenme ve spa amaçlı kullanım
Genel Mekanlar	Restorant&bar, toplantı salonları, spa merkezi, otopark, çamaşırhane, ütü ve kuru temizleme bölümü, alışveriş ünitesi	Restorant&bar, toplantı salonları, spa merkezi, açık ve kapalı otopark, çamaşırhane, ütü ve kuru temizleme bölümü, eğlence merkezi, alışveriş ünitesi, kuaför salonu	Restorant&bar, toplantı salonları, spa merkezi, açık ve kapalı otopark, araç kiralama, çamaşırhane, ütü ve kuru temizleme bölümü, eğlence merkezi, alışveriş ünitesi, kuaför salonu
Kimlik Oluşumları	Kurumsal Kimliğin etkisi ve prensipleri ile Mimar Mustafa Mermer tarafından tasarlanmıştır.	Kurumsal kimlik adı altında oluşturulan tamamıyla yatırımcı ve Art-mimarlık Hakan Külahçı tarafından tasarlanmıştır.	Kurumsal kimlik adı altında oluşturulan ve kurumun prensipleri göz önünde bulundurarak tamamıyla yatırımcı ve mimarları Hakan Külahçı, Ercüment Cebeci tarafından tasarlanmıştır.
Kullanıcı Algısında Oluşan Özellikleri	Çevreye karşı duyarlı tasarımları ile dikkati üzerine çekmektedir. Uzun yıllar aynı kalitede ve güvenilirlikle devam etmesini sağlamak en önemli prensipleridir.	Geleneksel Türk misafirlik anlayışını en iyi şekilde yansıtmaktadır. Kolay algılanabilen tasarım tercihleri ile ve mekanlar arası sirkülasyonun kolay	İhtişamlı lobi tasarımı ile kullanıcı algısında yer edinmektedir. Executive hizmet anlayışı mevcuttur. Konaklayanlar için bütün imkanları önüne sunarak, kullanıcının

	kullanıcının ihtiyaç ve konforunu göz önünde bulundururken bunu en sade şekilde sadece hizmet ihtiyacını karşılaması amacı ile oluşturulmuştur.	çözümlemesi konaklayanlar için rahatlık oluşturmaktadır. Ahşapla renklerin uyumunun birleşmesi oteli sıcak bir algıya sürüklemektedir. mekanın tasarımında kahverengi renginin ağırlıklı kullanılmasında görsel algısını olumlu etkilemektedir. Otelin genel konsepti ile bütünlük sağlayarak abartıdan uzak şık ve lüks bir otel olması kullanıcı algısında önemli yer edinmektedir.	beğenisini ve takdirini almayı ayrıca farklı kültürlerinde bir arada bulunması mekânsal algıyı ön planda tutmaktadır. otelin imajı ve kimliğinin mekana yansıtılması aynı zamanda mekanlarda kullanılan mobilyaların, malzemelerin, otelin ismi, farklı kültürleri ele alınması, otelin tasarım prensipleri ile bir bütünlük oluşturması mekanlara yansıtılmaktadır.
--	---	---	--

Konya ilinde son dönemde inşa edilen Novotel, Bayır Diamond Hotel ve Grand Millennium Hotel örneklerinin mekan tasarımları incelenmiş, tablo 10 ve tablo 11 karşılaştırması yapılmıştır. Yapılan karşılaştırmalara yönelik bazı çıkarımlar oluşmuştur. Aynı amaçta hizmet eden birbirinden farklı konsept, prensip ve kimliklerin mekana yansması üç otel üzerinde görülmüştür. Oteller aynı şehirde konumlandırılmış olmalarına rağmen farklı kültür değerlerine ve kimliklere sahip olsalar bile oluşan imajları doğrultusunda kullanıcının giriş kapısından içeri girdiği an itibari ile olumlu bir izlenim yaratmak ve bu etkiyi kalıcı kılmak temel hedef olmuştur. Bu anlamda Grand Millennium Hotel diğer iki otele göre daha iddialı ve ihtişamlı giriş, resepsiyon ve lobi tasarımı ile kullanıcı algısında unutulmaz bir etki yaratmaktadır. Grand Millennium Hotel executi hizmet anlayışı ile müşterisine daha lüks imkanlar sunmaktadır. Novotel'in Mevlana'yı tasarımında öncü görmesi ve tasarımında ondan izler olması ayrıca Mevlana'nın "Ne olursan ol yine gel" sözünü destekleyen herkese kucak açan bir otel algısı vardır. Her kesimden insanın tercih edebileceği bir otel niteliğindedir. Bayır Diamond Hotel daha geleneksel nezih ve şık bir otel algısını yansıtmaktadır. Otelin genel anlamda daha sakin ve durağan olduğu görülmektedir. İncelenen üç otelde renklerin psikolojik etkileri göz önünde bulundurularak tasarımlarını oluşturmuştur. Üç otel de müşterisine beş yıldızlı bir otelin sunması gereken bütün imkanları sunmaktadır.

Tablo 11. Otellerin kullanım alanlarına göre karşılaştırma tablosu

Kullanım Alanları	Novotel	Bayır Diamond Hotel	Grand Millennium Hotel
Giriş Mekanı	Boyutsal ve hacimsel olarak geniş mekan Yarı pergoleli geniş oturma alanı	Wallwasher ışıklarının hakim olduğu giriş çıkışın kolay algılanabildiği geniş mekan	Kanopi üzerinde kompozit panellerle kaplanmış yüksek ve görgemli geniş mekan
Lobi Mekanı	Bekleme, buluşma, yeme-içme mekanlarına kolay ulaşım sağlayan mekan	Otelin bütünü ile uyum sağlayan, sakin dinlenme mekanı	Otelin kimliğinin oluşmasında önemli bir yere sahip olan mekan
Resepsiyon	Müşterinin kolay algılayabileceği ve ulaşabileceği şekilde konumlandırılmış mekan	Giriş mekandan içeri girildiğinde sol tarafta kalarak rahatlıkla ulaşım sağlanabilecek mekan	Gösterişli tasarımı ile kolay farkedilebilir mekan
Oturma Mekanları	Lobi de iki adet bekleme oturma salonları bulunmaktadır	Lobinin niteliği ile bütünlük sağlayan oturma elemanları bulunmaktadır	Atrium boşluklarında odalara bakmakta olarak tasarlanmış ayrıca lobide de farklı tasarımları ile oturma elemanları bulunmaktadır
Yeme-İçme Mekanları	Kavania Restoran Nov'ist Restoran Lounge Bar	Karat restoran Safir roof restoran pastane	Millennium Main Restoran, Alacarte Restoran, Irish Pub, Sky Patisserie, Atrium Bar&Oditoryum Bar, Executive Lounge, Vip Lounge Alacarte Restoran, Lotus Bar, The stage
Reaksiyon Mekanları	Fitness ve spa tesisinde sauna, buhar odası, masaj odası, dinlenme bölümleri, açık havuz ve fitness bulunmaktadır.	Sauna, hamam, buhar odası, hydro masaj teknolojisi, kapalı yüzme havuz, çocuk havuzu, jakuzi, özel dinlenme alanları, spor salonları, vitamin barı ile hizmet vermektedir.	8 adet Vip spa mekanları, Sauna, fitness, masaj kabinleri, masaj odaları, kese-köpük, hamam, tuz odası, buhar odası, kapalı havuz, kar çeşmeleri, macera duşu, dinlenme alanları, güzellik salonu, vitamin barı
Çok Amaçlı Salonlar	Deniz Salon, Güneş Salon, Su Salon, Toprak Salon	Zümrüt toplantı salonu, sedef toplantı salonu, inci toplantı salonu, pırlanta toplantı salonu, kristal toplantı salonu, elmas toplantı salonu ve diamond balo salonu ile birlikte toplam 7 salondan oluşmaktadır.	Diamond Gala Hall Ares- Zeus- Artemis Halls Ametis-Turquaz, Marble, Aquamarine- Onyx Süleyman Şah-Kılınçarslan Mevlana Fatih (Vip Meeting Room)
Yatak Odaları	178 oda kapasitesi ve 2 engelli odası bulunmaktadır.	214 oda kapasitesi bulunmaktadır.	318 oda kapasitesi bulunmaktadır.

Tablo 12. Otelleri karşılaştırma tablosu

	Novotel Hotel	Bayır Diamond Hotel	Grand Millennium Hotel
Konum	Şehir merkezinde bulunmasından kaynaklı olumlu yorum almaktadır.	Şehir merkezinde bulunmasından kaynaklı olumlu yorum almaktadır.	Otelin konumunun daha merkezde olması gerektiğini düşünen kullanıcılar vardır. Ulaşım yönünden zorlanıldığına dair yorum almaktadır.
Lobi-Resepsiyon	Lobi ve resepsiyona kolay ulaşım sağlanmasından kaynaklı memnuniyet göstermektedir.	Lobi ve resepsiyon için genel yorumlar olumlu olmakla birlikte sakin ve nezih ifadeleri ile övgü görmektedir.	Lobi tasarımına dair büyük övgü ve beğeniler almaktadır. Otele dair en belirgin olumlu yorum lobi hakkında olduğu görülmektedir.
Yeme-İçme	Kahvaltı hizmeti ile ilgili büyük övgü almaktadır.	Kahvaltı ve yemekler konusunda olumlu yoruma sahiptir.	Yeme-içmeye dair olumlu ve olumsuz yorumlar bulunmaktadır. Özellikle kahvaltıya dair memnuniyet oluşmamaktadır.
Açık-Kapalı Havuz	Havuzun yetersiz olması yönünden olumsuz yorum almaktadır.	Genel yorum olumlu olmakla birlikte karışık bölümünün olmaması bazı kullanıcılar için olumsuz etki bırakmaktadır.	Faaliyete açılmamasından kaynaklı olumsuz yoruma sahiptir.
Otopark	Otopark alanının biraz küçük olması fakat vale hizmeti ile memnuniyet sağladığı görülmektedir.	Otopark ve vale hizmeti ile olumlu yoruma sahiptir.	Otopark ve vale hizmeti ile olumlu yoruma sahiptir.
Yatak Odaları	Merkezi sistemden dolayı odaların ısısının kullanıcının kendi isteğine göre ayarlayamaması olumsuz yorum almasına sebep vermiştir.	Yatak odalarının konumu ve odalar hakkında genellikle olumlu yorum almaktadır. Odaların loş ışığa sahip olması bazı kullanıcılarda olumsuz etki bırakmaktadır.	Konaklama yapacak insanların konforu düşünülerek tasarlanması yönünde büyük ölçüde övgü almaktadır.
Personel Hizmetleri	Personellerin güler yüzlü yaklaşımlarına dair büyük memnuniyet oluşturmaktadır.	Personellerin güler yüzlü yaklaşımlarına dair büyük memnuniyet oluşturmaktadır.	Personellerin güler yüzlü yaklaşımlarına dair büyük memnuniyet oluşturmaktadır.
Temizlik	Deformasyonların olduğuna dair olumsuz yorumlar almasına dair	Çok temiz olmasına dair memnuniyet	Çok temiz olmasına dair memnuniyet

	otelin genel olarak temiz olmasından dolayı olumlu yorum almaktadır.	göstermektedir.	göstermektedir.
Genel değerlendirme	<p>Hayvan dostu bir otel olması yönünden kullanıcılar için olumlu yorum almaktadır.</p> <p>Ses yalıtımının yetersiz olmasından dolayı dinlenmek amaçlı konaklayan müşterilere olumsuz etki bırakmaktadır. Bardaki eğlecelerden odalara çok fazla ses gelmesine dair olumsuz yorum almıştır.</p> <p>İnternet değerlendirmelerine göre genel puan: 7,8</p>	<p>Alkol bulunmamasından kaynaklı olumlu yorumlarla birlikte olumsuz yoruma da sahiptir.</p> <p>Sessiz ve sakin olması yönünden büyük bir memnuniyet içermektedir.</p> <p>İnternet değerlendirmelerine göre genel puanı: 8,8</p>	<p>Sessiz bir otel olmasından kaynaklı memnuniyet göstermektedir.</p> <p>Otelin tasarımına dair büyük övgü almaktadır.</p> <p>İnternet değerlendirmelerine göre genel puanı: 8,6</p>

Novotel, Bayır Diamond Hotel ve Grand Millennium Hotel'e dair karşılaştırmaların yapıldığı bu bağlamda değerlendirilmesi tablo 12'de görülmektedir. Otellerin şehir merkezinde konumlanmasından dolayı olumlu yorumlara sahip olduğu görülmekte fakat Grand Millennium Hotel için ulaşım sorunları yaşanmasına dair olumsuz yorum almaktadır. Otellerin lobi ve resepsiyon tasarımları, birbirinden farklı tasarımlara sahip olmasına rağmen kullanıcıların beğenisini almıştır. Novotel, sade ve kolay ulaşım sağlaması ile ilgi görmekte, Bayır Diamond Hotel sakin ve nezih olmasından dolayı övgü görmekte, Grand Millennium Hotel ise lobi ve resepsiyon tasarımı ile otel hakkında en belirgin olumlu yorumları almaktadır. Novotel havuz konusunda yetersiz olmasından kaynaklı olumsuz yorum almakta, Bayır Diamond Hotel havuz konusunda olumlu yorum alması ile birlikte karışık bölümünün olmamasına dair olumsuz etki bırakmakta, Grand Millennium Hotel de havuz bölümünün henüz faaliyete geçmemiş olması olumsuz yorum almasına sebep vermiştir. Otellerin otopark konusunda kullanıcı yorumları olumlu olmakla birlikte Novotel için otopark alanının biraz yetersiz olması vale hizmeti ile memnuniyet sağlandığı yorumlardan görülmektedir. Otellere dair yorumlarda, personellerin güler yüzlü yaklaşımlarına dair büyük memnuniyet oluşmaktadır. Novotel yatak odasında merkezi sistemin bulunmasından dolayı kullanıcının kendi isteğine göre ayarlama yapamıyor olması olumsuz yorum almasına

sebeplerde, Bayır Diamond Hotel yatak odalarına dair övgü almakta fakat bazı yorumlarda odaların loş ışığa sahip olması kullanıcıda olumsuz etki bırakmakta, Grand Millennium Hotel'in yatak odalarında kullanıcıların ihtiyacı olabilecek herşeyin düşünülerek tasarlanması ve konfor ön planda tutulmasına dair memnuniyet göstermektedir. Novotel de deformasyonların olduğu ve yenilenme ihtiyacının gerektiğine dair yorum almaktadır. Otellerin temizlik konusunda büyük hassasiyet göstermesi önemle vurgulanmaktadır.

Novotel'e dair genel yorumlarda, hayvan dostu bir otel olması yönünden kullanıcılar için önemli bir yer edinmektedir. Otel için olumsuz yorum almasında ve değerlendirme yapıldığında puanın düşmesinde etkisi olan sorun, ses yalıtımının yetersiz olmasından dolayı dinlenmek amaçlı konaklayan misafirlerin bu durumdan büyük rahatsızlık duyması olmuştur. Bayır Diamond Hotel'e dair genel yorumlarda, alkol bulunmamasından kaynaklı büyük ölçüde memnuniyet görmesi fakat alkol bulunması gerektiğini düşünen kullanıcılar için de olumsuz yorum almaktadır. Otelin sessiz ve sakin olmasından dolayı dinlenmek amaçlı konaklayan misafirler için büyük övgü görmektedir. Grand Millennium Hotel sessiz bir otel olmasından kaynaklı memnuniyet görmekte, otel tasarımı yönünden akılda kalan bir etki bırakmasına dair olumlu yorum almaktadır. Araştırmada konu alan otellerin 5 yıldız otelin verdiği hizmetlere uygun olduğu görülmekte, her birinin farklı tasarımlara sahip olmasına rağmen ayrı ayrı beğeni kazandığı ve bu şekilde kullanıcıların algısında yer edindiği görülmektedir.

5. SONUÇ

Tezin kapsamında konaklama tesislerinin gelişimi, otel işletmelerinin gelişimi ve sınıflandırmaları, otel tasarımı üzerinde durularak otel iç mekan tasarımını etkileyen ilke ve temel faktörler araştırılmış ayrıca otel tasarımında mekan, kimlik ve algı konularının işlenmesi ile birlikte Novotel, Bayır Diamond Hotel, Grand Millennium Hotel incelenerek araştırma tamamlanmıştır.

İnsanın varoluşu ile ortaya çıkan barınma ihtiyacı ve mekan yaratma süreciyle mimari oluşum başlamıştır. İlkçağlarda; tehlikelerden korunma içgüdüğü, iklim koşulları, yaşam şartlarına uygun çevre oluşturma zorunluluğu ile mekan gereksinimi doğmuştur. Zamanla coğrafi şartlar, kültür, ekonomik koşullar, bulunduğu dönemle birlikte mekanın oluşumu etkileyen birçok faktör ortaya çıkmıştır. İşlevsellik, ihtiyaç ve kullanım amaçlarının farklılaşmasıyla da gelişim göstermeye başlamıştır. Her dönem belli ihtiyaçları karşılama amacı ile çeşitlenmiş ve farklı işlevlere sahip yapılar oluşmaya başlamıştır.

Nitelikli bir mimari tasarımın ortaya çıkabilmesini; işlev, coğrafya, teknoloji, ekonomik ve estetik faktörleri etkilemekte ayrıca bu faktörlere dikkat edilerek tasarlanması büyük önem taşımaktadır. Mekan tasarımlarında kullanıcının kim olduğu, yaşı, ihtiyaç ve istekleri, ekonomisi, kültürü gibi faktörleri tasarımcı en iyi şekilde araştırmalı bununla birlikte kullanıcı mekana yansıtılmalıdır. Tasarımcının önceliği kullanıcıyı memnun etmekten geçmektedir. Mekan tasarımlarının kalıcı olması kullanıcının varlığı ile şekillenmektedir. Kullanıcının belli olmadığı mekanlarda ise tasarımcı yetkili ve yatırımcının yönlendirmeleri ile çalışmaktadır.

Algı kavramı, gördüklerimizi duyuların etkisi ile öznel bilinçle yorumlamamız gibi görülmeye; çevremizdeki uyarıcıların beş duyu organımızla anlamlandırılmamızla ilişkilidir. Algı, duyular yardımı ile bireyin bu güne kadar edindiği tecrübelerle birlikte yorumlanmasıdır. İnsanı etkileyen herşey ancak algılanması ile mümkündür. İnsanın çevre ile uyumu, fiziksel ve psikolojik açıdan bir denge kurması ile birlikte çevreyi tanıması yani algılaması ile bütünleşir. Mekanın içine girildiğinde herkesin gördüğü ve hissettiği etki aynı olmamakla birlikte; kişi, çevre, algılanan nesne özellikleri gibi etkileyen faktörler bulunmaktadır.

Bir mekan oluşturulurken belirli sınırlayıcı elemanlarla sınırlandırılması ile birlikte duyularla algılanabilir görsel sınırlandırmalarda yapılabilmektedir. Mekansal uyarımı etkileyen; boyutsal, görsel, ısısal ve işitsel algılama türleri bulunmaktadır. Tasarımcı tasarım elemanlarını bilerek etkin bir şekilde kullanarak kullanıcı psikolojisine değinerek kullanıcının mekanı en iyi şekilde algılamasını desteklemektedir. Mekanın algılanmasını etkileyen; renk, malzeme, biçim, , doku, ısı, ses, ölçü-oran, ışık ve koku gibi tasarım öğeleri bulunmaktadır.

İnsanların mekana etkisi ile bir kimlik oluşmaktadır. Günümüzde kişilerde olduğu gibi kurumlar içinde kimlik edinme ve bunun da devamlılığını sağlayabilme isteği görülmektedir. İnsan, konuşması davranışları duruşu kıyafetleri dış görünüşü aynı zamanda düşünceleri ile kendisini ifade ederken; bir yapı da aynı şekilde görsel tasarımı, algılanan değerleri, biçim, renk, doku, malzeme gibi tasarımı etkileyen bütün farkındalıklarla kendisini ifade eder. Bu durumda bir yapıya, insana kattığı gibi bir kimlik katar. Mekan kimliğinin oluşmasıyla, bir mekanı diğerinden ayırmış ve fark edilmesini sağlamıştır. Mekana anlam katma ve mekanı tanımlama olarak düşündüğümüzde; mekanı etkisi altına alabilen kendini hissettiren, anlamlı kılan güçlü bir tasarımı oluşturulmuştur. Kimlik, sürekli kendini yenilemeye ihtiyaç duyar bu bağlamda durağın bir algı olmaktan daha çok şartlar, istek ve ihtiyaçlar doğrultusunda şekillenebilir olması gerekmektedir.

Konaklama tesisleri, müşterinin dinlenme, yiyecek-içecek, eğlence ve konaklama ihtiyacını karşılayan tesisleri içine almaktadır. Turizmin gelişiminde önemli bir yere sahip olmakla birlikte bu gelişimin en büyük desteği otel işletmeleri vermektedir. Oteller niteliğine göre; 1 yıldızlı, 2 yıldızlı, 3 yıldızlı, 4 yıldızlı, 5 yıldızlı oteller ve butik oteller olarak sınıflandırılmaktadır. Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak göz önünde bulundurarak kullanım amaçlarına göre; dinlenme otelleri, toplantı ve kongre otelleri, casino, spa ve çok amaçlı oteller olarak sınıflandırılmaktadır. Otellerin iç mekanlarında farklılık göstermesi sebebiyle oluşumlarına göre; suit, süper lüks, residence, hip, mega ve restore edilmiş oteller olarak sınıflandırılmaktadır. Otellerin kullanım amaçlarına göre konumlandırılmasına ve yerleşim sağlamasına göre; şehir içi, şehir çevresinde bulunan, banliyö, resort oteller olarak sınıflandırılmaktadır.

Otel iç mekan tasarımının nitelikli ve doğru sonuça ulaşabilmesi için mimari tasarım süreçleri izlenmektedir. bununla birlikte kullanıcının istek ve ihtiyaçları göz önünde bulundurulmalıdır. Tasarımcının düşünceleri, deneyimleri, kültürel birikimi, algısı tasarımı etkilemekle birlikte aynı mekanı birbirinde farklı çözümler getirmelerini desteklemektedir. Tasarımcı, tasarımına başlamadan önce kullanıcıyı en iyi şekilde tanımlamalı aynı zamanda ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda, fiziksel çevre koşulları ve psiko-sosyal çevre problemleri ile bir bütünlük sağlayarak sonuça ulaşmalıdır. Otel tasarımını etkileyen faktörlerin çözümlenmesinden sonra mekan dağılımları ve mekanların tasarlama ilkeleri belirlenmektedir. Otelin bünyesinde bulunması gereken yatak katları, ortak alanlar, idari büro ve servis alanları otelin kimliği ile bütünlük sağlayarak çeşitlenmelidir.

Otel, kendisine yer edinebilmesi için kullanıcı ile bir arada olarak kimlik kazanması gerekmektedir. Oteller içinde kimlik kavramı önem kazanmaktadır. Diğer otellerden ayırt edebilme noktasında kimliğe ihtiyaç duyarlar. Otel işletmecilerinin dikkate aldığı önemli kavramlar ile tasarımcının otele kattıkları bir bütün olarak hizmet verir. Kullanıcı tarafından hissedilmesi ve algılanmasını sağlayan aslında kişinin tasarımdan etkilenmesidir. Bir otelin kullanıcı algısındaki kalıcı faktörü de mekan tasarımıdır.

Tez konusunun içeriğinde Novotel, Bayır Diamond Hotel, Grand Millennium Hotel incelenmiştir. Novotel ve Bayır Diamond Hotel’de lobi mekanı kullanıcının rahat algılayabileceği şekilde çözümlenmiştir. Grand Millenium Hotel’in simetrik formundan kaynaklı lobiye giriş yapıldığında yönlendirme ihtiyacı oluşabilmektedir. Lobilerde kullanılan oturma birimleri otellerin konseptleri doğrultusunda şekillenmiş ve özel olarak tasarlanmıştır. Kullanıcının rahatça dinlenebileceği konfor sağlanmıştır. Novotel ve Bayır Diamond Hotelde lobi de otururken rahat ulaşım sağlanacak yeme-içme mekanları için bar bulunmaktadır. Grand Millenium Hotel için lobi bölümünde butik bir pastaneden hizmet alınabileceği gibi lobinin biraz ilerisinde birden fazla oturma mekanları ile birlikte yeme-içme için bar ve restoran bulunmaktadır. Oteller, engelli vatandaşlar için yeterli özeni göstermekte fakat Novotel bu konuda diğer iki otele göre daha büyük bir önem vermektedir. Novotel açıldığı tarihten bu güne geçen zaman diliminde bazı tahribatlara uğradığı için kendini yenilemeye gitmesi gerekmektedir. Millennium Hotel de devam eden tadilatlar bulunmaktadır. Novotel, daha sade ve yalın

bir tasarım ile oluşturulmuş oteldir. Bayır Diamond Hotel ise ahşap ve mermer gibi doğal malzemelerin kullanılması ile bir bütünlük oluşturularak tasarlanmıştır. Doğal malzeme olan ahşabın kullanılmasından kaynaklı olarak sıcak mekanlar tasarlanmıştır. Grand Millennium Hotel ise her anlamda lüks bir otel olarak birbirinden farklı kültür ve tasarımların bir bütünlük sağlaması ile oluşturulmuştur. Otelerde ahşabın sıcak etkisi üzerinde durulmuştur. Otelerde bulunan toplantı salonları kullanıcılar için her ince detaya göre düşünülerek tasarlanmıştır. Novotel ses ve yankı konusunda başarılı bir çözümlenmede bulunmuştur. Çok amaçlı salonların yeterli büyüklüklere sahip olmasından kaynaklı şehirde bulunan kullanıcıların, özel organizasyonları için kullanabilir olması şehir için büyük önem taşımaktadır. Reaksiyon alanlarında diğer iki otele göre Novotelin havuz konusunda eksiği bulunmaktadır. Sadece açık bir tane havuzunun olması ve bununda yılın yaklaşık 2 ayı kullanabilir olması konusunda diğer otellerle birlikte düşünüldüğü zaman olumsuz bir etkiye sahiptir. Diğer iki otelde, spa merkezinin yeterli olmasından dolayı açık havuza çok fazla ihtiyaç görülmediği için tasarlanmamıştır. Yatak odaları her bir otel içinde özenle tasarlanmış ve kullanıcının konforu göz önünde bulundurularak hazırlanmıştır. Bayır Diamond Hotel ve Grand Millennium Hotel de kral dairelerinin olması ve özenle tasarlanması bu beklenti ile gelen kullanıcılar için oteller arasında fark yaratabilmektedir. Otelerde kullanılan aydınlatmalar büyük bir özenle seçilmiş ve yeterli aydınlatmalar sağlanmıştır. Otelerde barların aktif olarak kullanılması şehirde yaşayanların, yorgunluklarından uzaklaşmak ve eğlenmek için tercih edebilecekleri mekanlar olmaktadır.

Araştırmada konu alan otellerin ortak önceliği müşteri memnuniyeti ve sunulan hizmetlerin en iyisini verebilmektir. Kullanıcılar için her ayrıntı düşünülerek tasarlanmıştır. Renkler, insan psikolojisine olumlu destek sağlaması açısından önemle seçilmiştir. Otellerin her biri farklı vizyon ve misyona sahip olmasının etkisi ile kullanıcının algısında yer edinebilmek adına birbirinden farklı üç otel ortaya çıkmıştır. Mekan oluşumları, kullanıcı algısını ve otelin kimliğini büyük ölçüde etkilemektedir. Otelerde, Konya şehrinin kültürüne değer ve önem verildiği bu anlamda tasarımlarının şekillendiği görülmektedir. Oteller, personelleri ile iletişimini güçlü tutarak kullanıcının memnun ayrılmasına destek vermektedirler. Otellerin kurumsal kimliğinin yanında şahsi tasarımların kullanıcı algısına sunulduğu aynı zamanda

kullanıcı algısında olumlu bir etki yaratabilmek adına mekan tasarımlarına büyük önem verildiği görülmektedir.

Bir mekanı diğerinden ayıran bir çok sebep vardır. Kullanıcıyı tasarım sürecinin içine dahil ederek tasarımı tamamlamak izlenecek daha doğru bir süreç olmaktadır. Mekan, kullanıcı algısı ile farkındalık kazanır. Kullanıcının zihninde bıraktığı algı o mekanın kimliğinin oturmasında sebep oluşturmaktadır. Kimlik, bir kişiye aidiyetlik kazandırmaktadır. Mekânsal kimlik de mekanın özgünlüğünü temsil etmektedir. Bu bilinç ile tasarlanan tüm mekanlar gibi turizm yapıları içinde farkındalığı yaratmak önem taşımaktadır. Tez çalışması bu bilincin oturmasına dair araştırmalara katkı sağlayarak literatürdeki yerini almaya yöneliktir. Oteller, buldukları kentin ve çevrenin prestij kaynağı haline gelmiştir. Oteller için önceliğin kullanıcı memnuniyeti olduğu görülmektedir.

Otellerin marka kimlikleri doğrultusunda, kullanıcı algısındaki kalıcı faktör mekan tasarımından geçmektedir. Bu da otel iç mimari tasarımında mekan oluşumlarının kullanıcı algısına ve otelin kimlik oluşumuna etkisini göstermektedir. Bu çalışmada, kimlikli mekan kavramı, mekan ve kimlik ilişkisi, kimlikli mekanların beraberinde getirdiği tasarımcı ve kullanıcı algısının araştırılması temel alınan konular olmuştur. Mekan oluşumunu etkileyen faktörler, mekan kimliği oluşumunu etkileyen faktörler, mekan kimliği oluşumunda kullanıcı ve tasarımcı katkısının önemi, mekanın algılanması ve mekanın algılanmasını etkileyen faktörler üzerinde durulmuştur. Belirlenen otellerin aynı zamanda sahip oldukları kimliğin iç mimari açıdan nasıl etkilendiğini öğrenmek, kimliğini yansıtırma aşamasında dikkat edilmesi gereken unsurların neler olduğu belirlemek amacı ile incelenmiştir. İncelenen otellerin genel nitelikleri, mekan oluşumları, iç mekan algısı ve kimlik oluşumu üzerinde durulmuştur. Tez çalışması sonucunda turizm işletmecilerine yol göstermesi üzerine yardımcı bir kaynak/belge oluşturması ayrıca yeni tez projelerinin oluşturulmasına kaynak olması amaçlanmıştır.

6. METİN İÇİ LİSTELER

Bu tezde aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır.

- Otel tasarımını etkileyen temel faktörleri neler oluşturmaktadır ?
- Otelin kimliği ne ölçüde mekana yansıtılabilmekte, kullanıcı bu kimliği mekanda ne ölçüde algılayabilmektedir ?
- Mekansal algı ve kimliğin bütünlük içinde otel tasarımlarına yansıtılması mümkün mü bu bağlamda hangi konulara dikkat edilmesi gerekmektedir ?

KAYNAKLAR

- Albayrak, Y., (2020), Eğitim Mekanları Ölçeğinde Mekan Kimliği Ve Kullanıcı Kimliği İlişkisi, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Alici, N. And Göker Paktaş, M. (2020) . "İç Mekânda Renk Algısı Ve Psikolojiye Etkileri." *Modular Journal* , Vol.3, No.1, Pp.89-105.
- Alp, A., 1993. Mekân Düzenlemesi İle Davranışlar Arasındaki İlişkiler Açısından Tiyatro Binalarında Kullanıcıya Ait Mekanların İrdelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aydıncı, B.G., (2009) Kent Otellerinde Ortak Kullanım Alanlarının İncelenmesi: Talimhane Bölgesi Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Y.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aydınlı, S., 1986. Mekânsal Değerlendirmede Algısal Yargılara Dayalı Bir Model, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- Aydınlı, S., 1989. Mekânsal Değerlendirmede Algısal Yargılara Dayalı Bir Model, *Doktora Tezi*, İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- Baki, N., (2014) Mekan Kimlik Diyalektiğinde Tasarımcı-Kullanıcı Rolü, Lisansüstü Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Balkan, E. A., 1977. Mekân Ve Mekân Düzenlemesinde Yeni Boyutlar, *Doçentlik Tezi*, İ.D.M.M.A. Mimarlık Bölümü
- Beyhan, Ş. G. Ve Ünügür, S. M.,2006. Turizm Yapılarında Kimlik Sorunu Ve Belek-Kemer Örnekleme Çalışması, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, Sayı:10
- Bozkurt, G., 1962. Bir Mekân Anlayışı, İstanbul Teknik Üniversitesi Matbaası, İstanbul.
- Can, L., 2004. Beş Yıldızlı Otellerin Tasarım-İşletme İlişkisinin Tartışılması İstanbul Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çakırkaya, Y., 1995. İstanbul'daki Beş Yıldızlı Lüks Şehir Otellerinde Halka Açık Alanların Tasarımı Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Çakırkaya, Y., 1995. İstanbul'daki Beş Yıldızlı Lüks Şehir Otellerinde Halka Açık Alanların Tasarımı Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ellialtıoğlu, B., 2007, Mekanda Kişiselleşme Ve Kendileme, Yüksek Lisans Tezi, İTÜ, İstanbul
- Erkman, U., 1973. Mimaride Etki Ve Görsel İdrak İlişkileri, *Doktora Tezi*, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ertürk, S., 1984. Mimari Mekânın Algılanması Üzerine Deneysel Bir Çalışma, *Doktora Tezi*, Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.

- Ertürk, Z., 1977. Kullanıcı Konforu Açısından Boyutsal Gereksinmelerin Saptanması İçin Bir Yöntem, *Doktora Tezi*, Bizim Büro Baskı Atölyesi, Ankara.
- Gerez M.H., 2001, Endüstri Tasarımında “Kimlik” Ürün Tasarımına Kimliğin Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Msu, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Gezer, H. 2007. Yüzeyin Kimliği, Malzeme-Nin Kendini İfadesi. Mimarlıkta Malzeme Dergisi, 2007(4):35-45.
- Göler, S. 2009. Biçim, Renk, Malzeme, Doku Ve Işığın Mekân Algısına Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan G.S.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Güleç Solak, S., (2014). Mekân-Kimlik Etkileşimi Ve Kentsel Mekândaki Tezahürleri, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Gürpınar, Ç., 2000. Mekân Kurgusunun Kullanıcılar Üzerindeki Psikolojik Etkilerinin Örneklerle İncelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Hasol, D. 1990. Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü, Yem Yayın, İstanbul.
- Hede, A.J. And Bullen, R.B. 1981. Commu-Nity Reaction To Noise From Hornsby Rifle Range. Nal Report 84. National Acoustic Laboratories, Commonwealth Dept. Of He-Alth, Canberra, Australia. Aul-209.
- Karahasanoğlu, E. B., 2004. Beş Yıldızlı Şehir Otellerinin İşletme Modelleri Ve Mimari Tasarım Kimliği Etkileşimi, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- Köseoğlu, E.,2004. Tasarım Girdisi Olarak Algılama: Lobi Mekanının Algılanmasında Kullanıcı Kültürlerinin Etkisi, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Lynch, K., 1981. A Theory Of Good City Form, Cambridge
- Napoles, V., 1988. Corporate Identity Design, John Wiley Inc., Canada
- Öktem, Dilşah (2007), Otel İç Mimari Tasarımında Mekân Algılama Ve Kimlik Oluşumu Ve Örnekler Üzerinde Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Önder, D. E., 1995. Kent Otellerinde Mekânsal Kademenmenin Değerlendirilmesi İçin Bir Yöntem, Doktora Tezi, Y.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Özer, B. (2004). Kültür, Sanat, Mimarlık. İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.
- Porter, T. 1979 How Architects Visualize. Studio Vista, New York.
- Rutes, W. And Penner, R., 1985. ‘Hotel Planning And Design’, Whitney Library Of Design, New York.
- Sever, Ö., (2008) Otellerde Mekansal Analiz, Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon
- Tekin, A., 2002. Yataklı Turizm Tesislerinde Nitelik Sınıflandırmasına Göre İç Mekân Tasarımı Ve Otel Kavramı, *Yüksek Lisans Tezi*, M.S.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul..

- Turizm Mevzuatı, 1982. T.C. Turizm Bakanlığı, S. 143–147
- Waller, M., Johnson, Me Ve Davis, T. (1999) Perakende Tedarik Zincirinde Satıcı Tarafından Yönetilen Envanter. *İş Lojistiği Dergisi*, 20, 183-203.
- Yanarateş, Didem Baş, 2001, Yüzeylerin Dokusal İfadeleri İle Mekan Kimliğinin Oluşturulmasında Yapısal Çözümlemeye Dayanan Bir Yöntem Önerisi Sanatta Yeterlilik Tezi, Msu, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul 47
- Yılmaz, Ö., 2004. Mimari Mekânda Görsel Algı Ve Manipülasyon İlişkilerinin İrdelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yolcu, E., (2006) Şehir Otelleri, Çevre, Mekan, Tasarım İlkeleri Üzerine, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü İç Mimarlık Anasanat Dalı, İstanbul.
- Yüksel, F., (2012) Mekanın Algılanmasında Estetik Bütünlük Açısından Kompozisyon, Sanatta Yeterlilik Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Saadet ÇEVİK

Doğum Yeri – Tarih :

EĞİTİM DURUMU

Lisans Öğrenimi : 2017, KTO Karatay Üniversitesi, GSTF, İç Mimarlık
Ve Çevre Tasarımı

Yüksek Lisans Öğrenimi : 2022, KTO Karatay Üniversitesi, GSTF, Mimarlık

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

İŞ DENEYİMİ

Stajlar : 2015, Stajyer İç Mimar, Tepekent Mimarlık

2016, Stajyer İç Mimar, Gökyıldız İnşaat

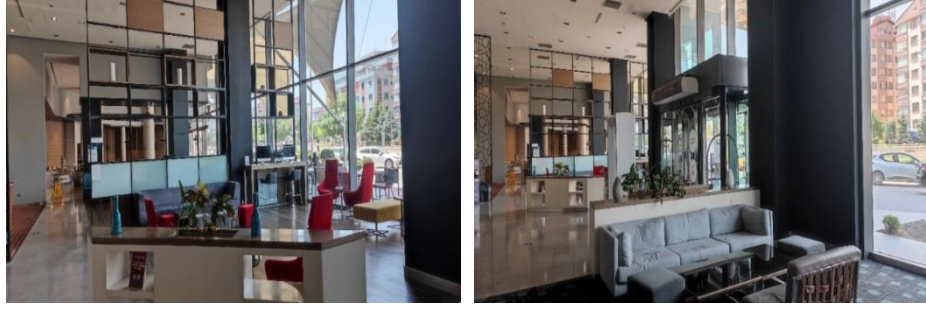
Çalıştığı Kurumlar : 2018, İç Mimar, İda İç Mimarlık

Tarih: 27 Temmuz 2022

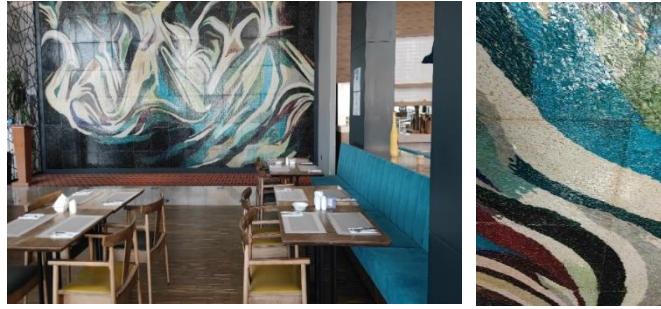
EK 1. Novotel Konya



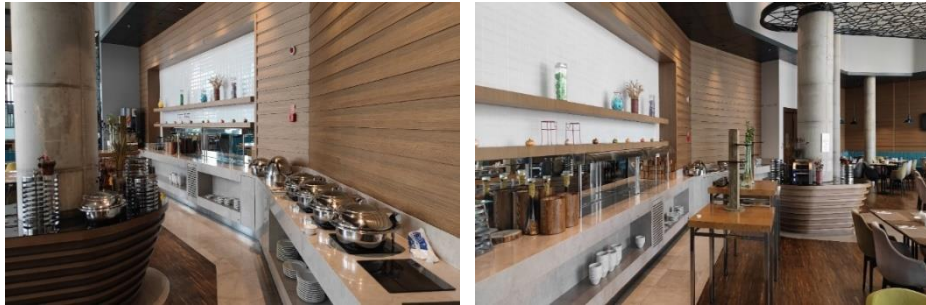
Novotel giriş yarı açık alan



Novotel lobi



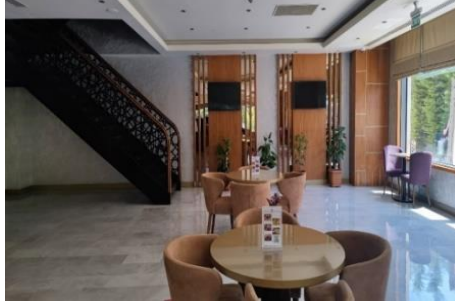
Novotel yeme-içme



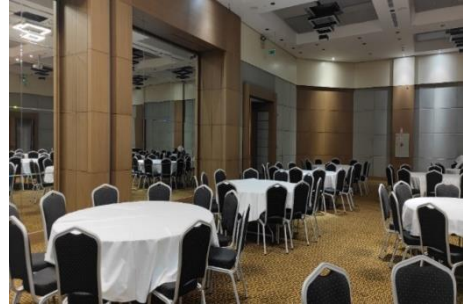
Novotel yeme-içme



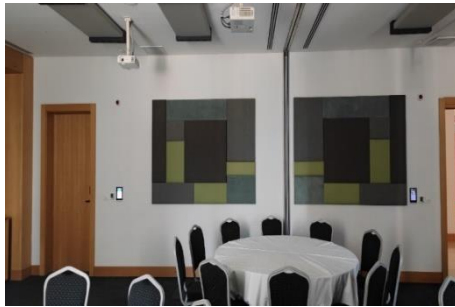
Novotel bar



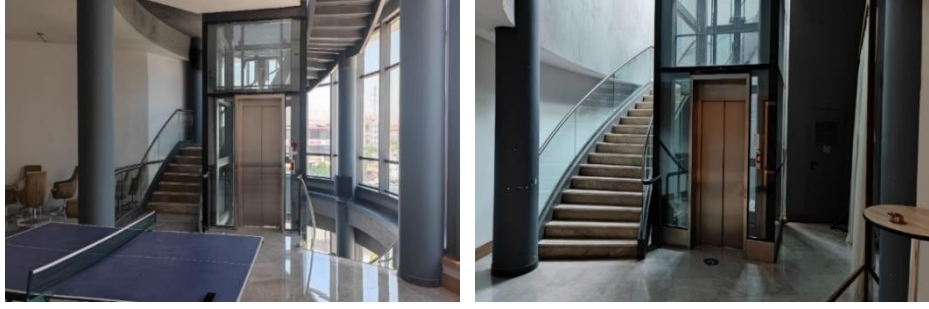
Novotel asma kat



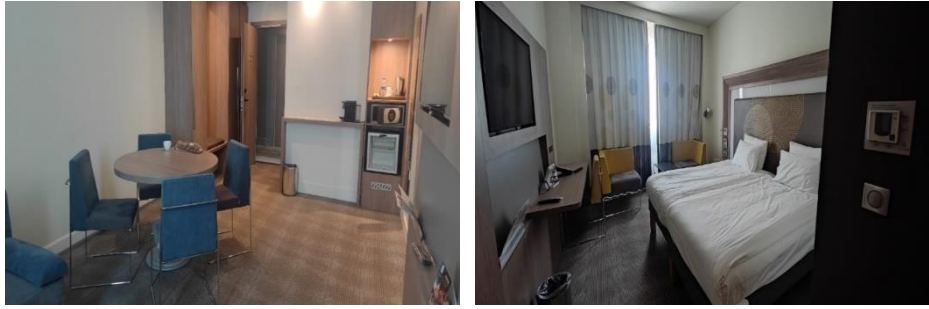
Novotel çok amaçlı salon



Novotel toplantı salonu



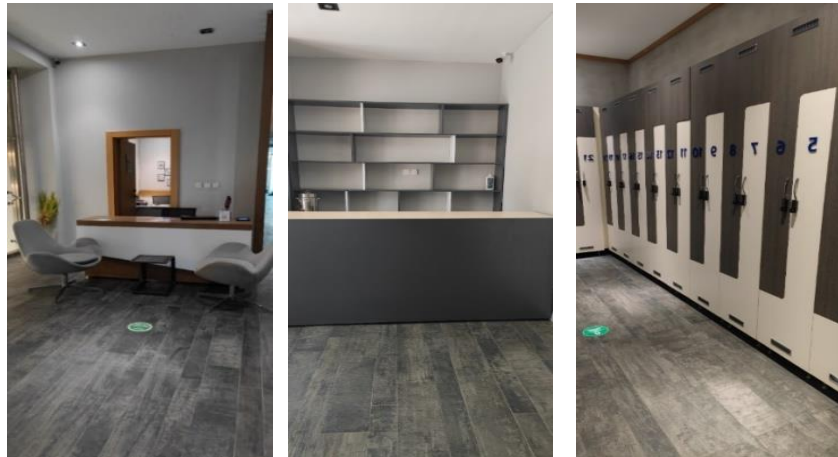
Novotel çelik konsüriksiyonlu merdiven



Novotel yatak odası

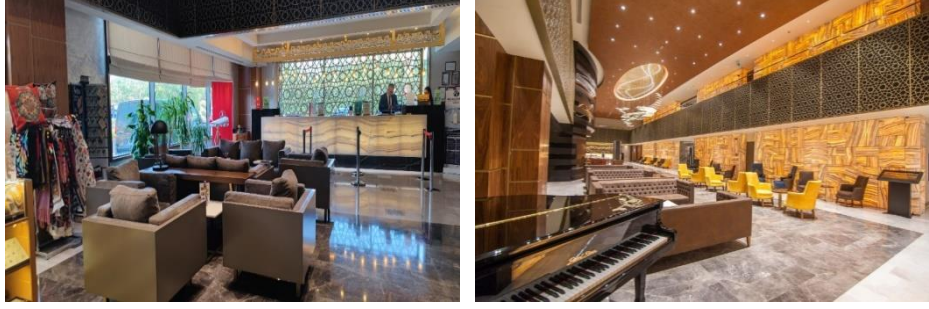


Novotel engelli yatak odası wc

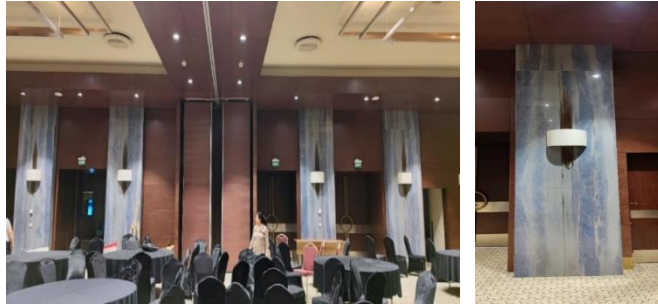


Novotel spa karşılama ve giyinme odası

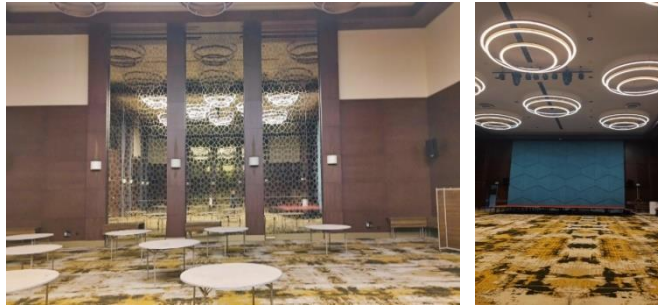
EK 2. Bayır Diamond Hotel



Bayır Diamond Hotel lobi



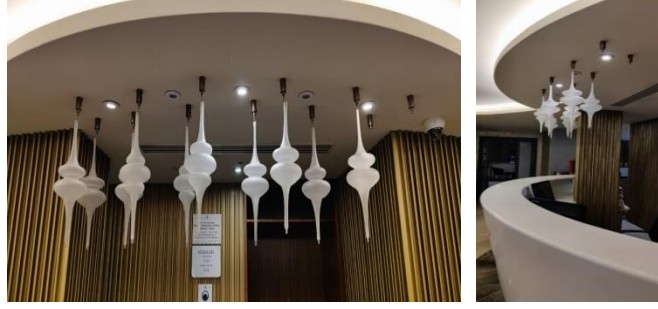
Bayır Diamond Hotel çok amaçlı salon



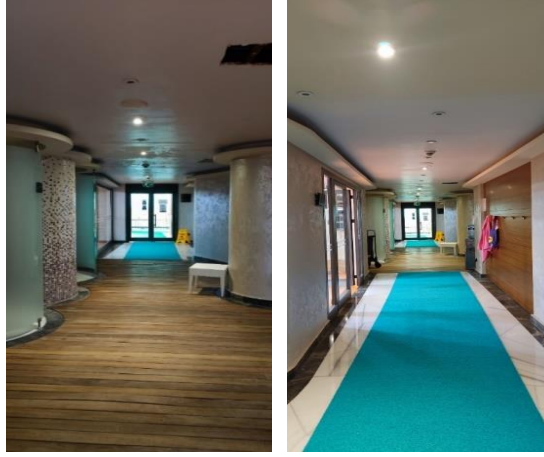
Bayır Diamond Hotel çok amaçlı salon



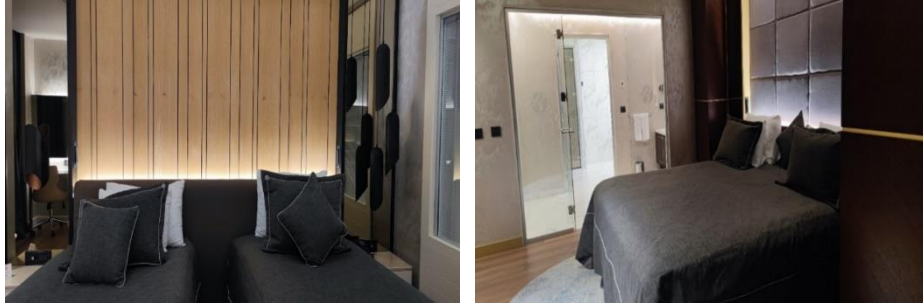
Novotel yeme-içme



Bayır Diamond Hotel spa karşılama aydınlatma detayı



Bayır Diamond Hotel spa holleri

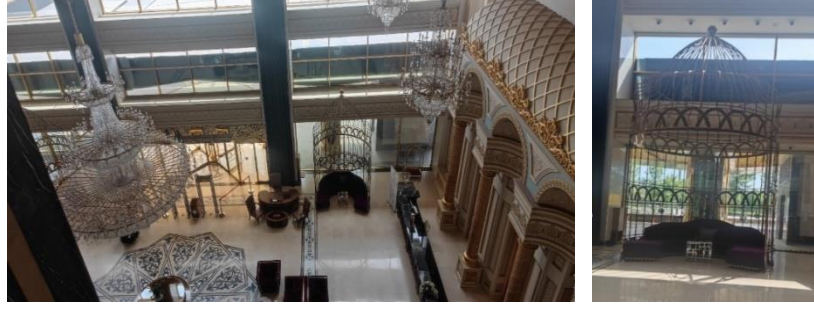


Bayır Diamond Hotel kral dairesi yatak odası

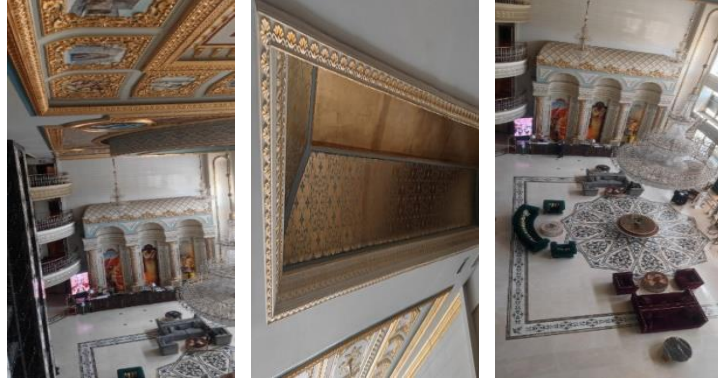


Bayır Diamond Hotel kral dairesi

EK 3. Grand Millennium Hotel



Grand Millennium Hotel lobi



Grand Millennium Hotel lobi ve lobi tavan detayları



Grand Millennium Hotel bar ve bar merdiveni



Grand Millennium Hotel yatak odası



Grand Millennium Hotel yatak odası