



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN
ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



**İNOVASYON BAĞLAMINDA YENİLENEN
BUTİK OTELLERİNE MİMARİ ANALİZ
ÖNERİSİ: MEVLANA BÖLGESİ ÖRNEĞİ**

Zehra Nur ÖNCEL

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mimarlık Anabilim Dalı

Ağustos-2022
KONYA
Her Hakkı Saklıdır

TEZ BİLDİRİMİ

Bu tezdeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edildiğini ve tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

DECLARATION PAGE

I hereby declare that all information in this document has been obtained and presented in accordance with academic rules and ethical conduct. I also declare that, as required by these rules and conduct, I have fully cited and referenced all material and results that are not original to this work.

Zehra Nur ÖNCEL

03/08/2022

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İNOVASYON BAĞLAMINDA YENİLENEN BUTİK OTELLERİNE MİMARİ ANALİZ ÖNERİSİ: MEVLANA BÖLGESİ ÖRNEĞİ

Zehra Nur ÖNCEL

Necmettin Erbakan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü
Mimarlık Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Fatih SEMERCİ

2022, 105 Sayfa

Jüri

Doç. Dr. Fatih SEMERCİ
Doç. Dr. Hatice Derya ARSLAN
Doç. Dr. Murat ORAL

Günümüzde teknolojinin hızlı gelişimi ve klasik turistik hizmetlerin yeni nesil tüketicileri tatmin etmemesi işletmeleri hizmet, ürün ve ürün çeşitliliği alanında bir rekabet içine sokmuştur. Bu rekabeti olumlu hale dönüştürmek isteyen işletmeler için inovasyon önemli bir unsur olmaktadır. İnovasyon uygulamaları ile değişen taleplere yönelik yenilikçi projeler üretmek pazarda farklılık oluşturma, merak uyandırma amaçlanmaktadır. Turizm sektöründe yer alan otel işletmeleri de tüketicileri etkilemek ve çeşitli faydalar sağlamak için yenilikçi çalışmalara ağırlık vermektedir. Bunun sonucunda bireysel istekler ve çağdaş gereksinimler doğrultusunda yeniden programlanan butik oteller önem kazanmıştır. Çalışmanın amacı yenilikçi anlayışla tasarlanmış otellerin iç ve dış mekan analizlerini yaparak yenilik değerlerini ortaya koymaktır. Yenilik uygulamalarının hangi alanda yoğunlaştığı ve ne ölçüde olduğunu test etmek amaçlanmaktadır. Bu kapsamda Konya Mevlana Bölgesi'nde yer alan yenilenmiş butik oteller ele alınmıştır. Araf Otel, Bablin Butik Otel, Dervish Otel, Hich Otel ve Ney Otel incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Çalışmanın Kavramsal Çerçeve bölümünde, turizm, konaklama yapılarının gelişimi ve otellerin sınıflandırılması doğrultusunda butik otel kavramının nasıl oluştuğu incelenmiştir. Ardından inovasyon ve inovasyonun konaklamadaki önemi üzerinde durulmuştur. Yenilenen Butik Otellerin Mimari Değer Kriterleri başlığında ele alınan tasarım kararları çalışmanın yöntemini oluşturmaktadır. Bu tasarım kriterleri geniş literatür taraması sonucunda belirlenmiş ve bu doğrultuda bir puanlama tablosu oluşturulmuştur. Örneklem yapılar bu tablo ile değerlendirilerek yapıların inovasyon derecelerinin ve turizme katkılarının nicel olarak ifade edildiği bir yöntem önerisi sunulmuştur. Alan çalışmasında butik otellerin mimari karakterlerinin incelenmesinin ardından, yenilik analizleri veriler doğrultusunda grafiklere işlenmiş ve karşılaştırmalar yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre inovasyon değeri en yüksek olan butik otel Hich Otel'dir. İç mekanlarında ürün/hizmet inovasyonunu yoğun şekilde uygulayan otel, özellikle esneklik ve sürdürülebilirlik konusundaki tasarım yaklaşımlarıyla diğer oteller arasında öne çıkmaktadır. Yapıların zaman içinde işlevini yitirmeden talep edilirliliğini artırması, işletmede alınan inovasyon kararları sonucunda sürdürülebilir olması ile mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Butik Otel, inovasyon, Konya, turizm, yenilik

ABSTRACT

MS THESIS

ARCHITECTURAL ANALYSIS PROPOSAL FOR RENOVATED BOUTIQUE HOTELS IN THE CONTEXT OF INNOVATION: AN EXAMPLE OF THE MEVLANA REGION

Zehra Nur ÖNCEL

**THE GRADUATE SCHOOL OF NATURAL AND APPLIED SCIENCE OF
NECMETTİN ERBAKAN UNIVERSITY
THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE IN ARCHITECTURE**

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Fatih SEMERCİ

2022, 105 Pages

Jury

**Advisor: Assoc. Prof. Dr. Fatih SEMERCİ
Assoc. Prof. Dr. Hatice Derya ARSLAN
Assoc. Prof. Dr. Murat ORAL**

Today, the rapid development of technology and the fact that classical touristic services do not satisfy new generation consumers have put businesses in competition regarding service, product, and product diversity. Innovation is essential for businesses seeking an advantage in this competition. With innovation applications, they aim to create a difference and arouse curiosity in the market by producing innovative projects for changing demands. Hotel businesses in the tourism sector also focus on innovation to influence consumers and provide various benefits. As a result, boutique hotels that are reprogrammed in line with individual demands and contemporary needs have gained importance. The study aims to reveal the innovative values of the hotels designed with an innovative approach by conducting indoor and outdoor analyses. It is aimed to test in which area the innovation applications are concentrated and to what extent. In this context, renovated boutique hotels in Konya Mevlana region are examined. Araf Otel, Bablin Butik Otel, Dervish Otel, Hich Otel, and Ney Otel were studied and evaluated. In the part of the Conceptual Framework of the study, how the concept of boutique hotels was formed in the direction of tourism, the development of accommodation structures and the classification of hotels were discussed. Then, innovation and the importance of innovation in the accommodation were reviewed. Design decisions addressed under the section of Architectural Value Criteria for Renovated Boutique Hotels constitute the method of the study. The design criteria were determined as a result of an extensive literature review, and a scoring table was created accordingly. Sample structures were evaluated with this table, and a method proposal was presented in which the degree of innovation of the structures and their contribution to tourism were quantitatively expressed. After examining the architectural characteristics of boutique hotels in the field study, innovation analyzes were graphed in line with the data and were compared. According to the results obtained, the boutique hotel with the highest innovation value is Hich Hotel. The hotel, which intensively applies product/service innovation in its interiors, stands out among other hotels, especially with its design approaches on flexibility and sustainability. It is possible for buildings to increase their demand without losing their function over time and to be sustainable as a result of innovation decisions taken in the enterprise.

Keywords: Boutique hotel, inovation, Konya, tourism

ÖNSÖZ

Tez çalışma sürecinde benden yardım ve desteklerini esirgemeyen değerli danışman hocam Doç. Dr. Fatih SEMERCİ'ye,

Hayatım boyunca her daim maddi manevi destekleri ile yanımda olan, tez yazım sürecinde her yorulduğumda beni motive eden, fedakarlıklarının farkında olduğum sevgili anne ve babama,

Tercihlerimi, kararlarımı, tez sürecimdeki bocalamalarımı uzun uzun dinleyen ve bana en doğru yolu göstererek, yarımaların pişmanlık getireceği inancıyla tezimi tamamlamam için bana destek olan Merve Aydoğmuş hocama,

Yanımda olarak öneri, yardım ve dualarını esirgemeyen tüm arkadaşlarıma,

Sanki hiç bitmeyecekmiş gibi hissettiğim bu uzun yolculukta zaman zaman gözlerindeki parıltı ve içindeki Polyanna ile bu süreci çekilir kılarak bana ilham olan, gelecek hayalleriyle bugünümü inşa eden küçük Zehra'ya,

Çok teşekkür ederim.

Zehra Nur ÖNCEL
KONYA-2022

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	ix
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Tezin Amacı ve Önemi	2
1.2. Tezin Kapsamı	3
1.3. Kaynak Araştırması	4
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	7
2.1. Turizm ve Konaklama	7
2.1.1. Konaklama Yapılarının Tarihsel Gelişimi	8
2.1.2. Otellerin Sınıflandırılması	11
2.1.3. Butik Otel.....	12
2.1.2.1. Butik Otel Gelişimi	14
2.1.2.2. Butik Otel Organizasyonu	15
2.1.2.3. Yenilenen Butik Oteller	17
2.2. İnovasyon.....	18
2.2.1. İnovasyon Çeşitleri	24
2.2.1.1. Ürün/Hizmet İnovasyonu.....	25
2.2.1.2. Süreç İnovasyonu.....	26
2.2.1.3. Pazarlama İnovasyonu	26
2.2.1.4. Organizasyonel İnovasyon.....	27
2.2.1.5. Sosyal İnovasyon	28
2.2.2. Konaklamada İnovasyon ve Önemi	28
2.3. Yenilenen Butik Otellerin Mimari Değer Kriterleri	29
2.3.1. Yenilenen Butik Otellerin Dış Mekâna Yönelik Tasarım Kriterleri.....	30
2.3.2. Yenilenen Butik Otellerin İç Mekâna Yönelik Tasarım Kriterleri	34
2.3.2.1. Mekansal Organizasyon.....	35
2.3.2.2. Görsel Tasarım.....	37
2.3.2.3. Görsel Algılama	40
2.3.2.4. Fiziksel Konfor	42
3. MATERYAL VE YÖNTEM.....	46
4. ALAN ÇALIŞMASI	54
4.1. Alanın (Konya Mevlâna Bölgesi) Tarihsel Gelişimi	54

4.2. Örneklem Seçimi	56
4.3. Seçilen Butik Otellerin Analizi.....	57
4.3.1. Araf Otel	57
4.3.2. Bablin Butik Otel	63
4.3.3. Dervish Otel.....	69
4.3.4. Hich Otel.....	75
4.3.5. Ney Otel.....	82
4.4. Değerlendirme	88
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	92
6. KAYNAKLAR	95
ÖZGEÇMİŞ	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.

SİMGELER VE KISALTMALAR

Kısaltmalar

vb. : ve benzeri
vd. : ve diğerleri
yy. : yüzyıl

1. GİRİŞ

Küreselleşmeyle birlikte sürekli değişen ve gelişen yaşam şartları toplumu şekillendirmektedir. Bireyler ve tüketici taleplerindeki bu dönüşüm ortamında, işletmeler pazar paylarında iyileşmelere ve yeniliklere gitmek durumundadır. Günümüzde işletme performansını artırmaya yönelik birçok yöntem bulunmakla birlikte inovasyon, sürece daha başarılı ve hızlı şekilde uyum sağlayabilmek amacıyla yöneticilerin tercih ettiği önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır (Erdem vd., 2011). Rekabet ortamına ve yeniliklere ayak uyduramayan işletmelerin sürdürülebilir olması, varlığını devam ettirmesi güçleşmektedir. Bu anlamda bazı strateji, sistem ve yapıların yenilik anlamında değiştirilmesi ve geliştirilmesi önemlidir. Her alanda yapılan bu yenilik faaliyetlerine inovasyon denilmektedir (Sakaryalı, 2014).

İnovasyon Oslo Kılavuzu'nda yeni veya büyük ölçüde farklılaştırılmış ürün, hizmet, süreç, pazarlama ve organizasyonel yöntemin uygulanması ile ekonomik ve toplumsal faydanın sağlanması olarak tanımlanmaktadır (Oslo Kılavuzu, 2005). İnovasyon faaliyetleri işletmelerin iş verimliliğini artırmakla birlikte sürdürülebilir olmasını da amaçlamaktadır. Turizm alanında da sıklıkla kullanılan inovasyon kavramı girişimcilik için önemli konulardan biridir. Artan tüketici taleplerine bağlı olarak üretilen yenilikçi projeler ve oteller, yöneticiler için diğer işletmeler arasında farklılaşmak, tüketiciler için ise farklı bir deneyim yaşamak anlamında iyi birer fırsattır (Adabalı, 2015).

Konaklama yapıları insanların geçici olarak dinlenme, eğlenme, çalışma gibi ihtiyaçları doğrultusunda programlanan konutlar olarak tanımlanmaktadır. 20. Yüzyılın ikinci yarısından sonra değişen kullanıcı isteklerine bağlı olarak farklılaşan turizm faaliyetleri, konaklama tesislerinin de çeşitlenmesine neden olmuştur. Aynı zamanda turizm sektöründe birçok alanda yenilik gerçekleşmesi ve teknolojinin yaygınlaşması konaklama işletmelerinin söz konusu yenilikleri bünyesinde bulundurmasını gerekli kılmıştır. Kullanıcıların konaklama sırasında uzun süre geçirmeleri ve memnuniyet durumuna göre tekrar tercih etmeleri, işletmelerin sürekli yenilenerek kendilerini ön plana çıkaracak inovasyonlar yapmalarına neden olmaktadır (Emir, 2007). Otellerde sürekli olarak benzer ürün, hizmet, süreç ya da teknolojinin kullanılması kullanıcı memnuniyetini olumsuz etkileyerek alternatiflere yöneltilmektedir. Tüm bu gelişmeler sonucunda konaklama ihtiyacının bir çeşidi olarak butik oteller ortaya çıkmıştır. Günümüzde küçük ölçekli işletmelerden biri olan butik oteller, kişiye özel hizmet sunması, bilinçli bir kullanıcı profiline olması ve yenilikçi tasarım kararları nedeniyle

tercih edilmektedir (Can ve Erman, 2015). Müşterilerine mimari tasarımı ve yenilikçi uygulamaları ile ayrıcalıklı bir hizmet sunan butik otellerde işletmenin büyüklüğünden çok özgünlük ön plandadır (Akyüz, 2010). Özgünlük ve yenilik değeri yüksek olan otellerin kendi kimliklerini müşteri kimliği ile özdeşleştirerek farklılaştıkları görülmektedir. İnovasyon ‘işletme için yeni’ ise yeterli sayılmaktadır (Adabalı, 2015). Bu anlamda butik otellerin kalite standartlarını yakalamak için yaptığı yenilikler birer inovasyondur. Çalışmanın amacı, tüketicilerin ve yapıların yenilik ihtiyaçlarını ortaya koymak, yenilikçi otellere yönelik bir yöntem geliştirerek yapıların inovasyon düzeylerini belirlemektir. Bu kapsamda yapılan araştırmalarla Konya Mevlâna Bölgesi’ndeki butik oteller örneğinde yenilenen butik otellerin tasarımı ve inovasyondaki rolü ele alınmıştır.

Literatürde inovasyon çeşitleri oldukça farklılık göstermekle birlikte alan ve fonksiyonları açısından ürün inovasyonu, süreç inovasyonu, organizasyonel inovasyon ve pazarlama inovasyonu olarak dörde ayrılmaktadır. (Sakaryalı, 2014; Oslo Kılavuzu, 2005). Çalışma kapsamında inovasyon çeşitleri mekânsal anlamda ele alınırken dört başlık altında değerlendirilmiştir. Bu başlıkların mimariye uyarlanması sırasında; süreç inovasyonu işletmeye yönelik yenilikleri içermesinden dolayı çalışma kapsamına dahil edilmemiş ve Zengin’in sınıflandırmasında yer alan sosyal inovasyon dahil edilerek yeni bir sınıflandırmaya gidilmiştir. Otellerde ne gibi yenilik alanları uygulandığı ve mimari ile ilişkisi ele alınarak oluşturulan inovasyon çeşitleri; ürün/hizmet inovasyonu, pazarlama inovasyonu, organizasyonel inovasyon ve sosyal inovasyon olarak belirlenmiş ve yöntem bölümünde ortaya konmuştur. Bu yöntem sayesinde yenilikçi butik otellerin mimari değerlerinin niceliği ve niteliği üzerinde detaylı bir araştırma yapılmıştır. Elde edilen veriler ve bulgular ışığında ele alınan butik otellerin yenilikçi yaklaşımları değerlendirilmiştir.

1.1. Tezin Amacı ve Önemi

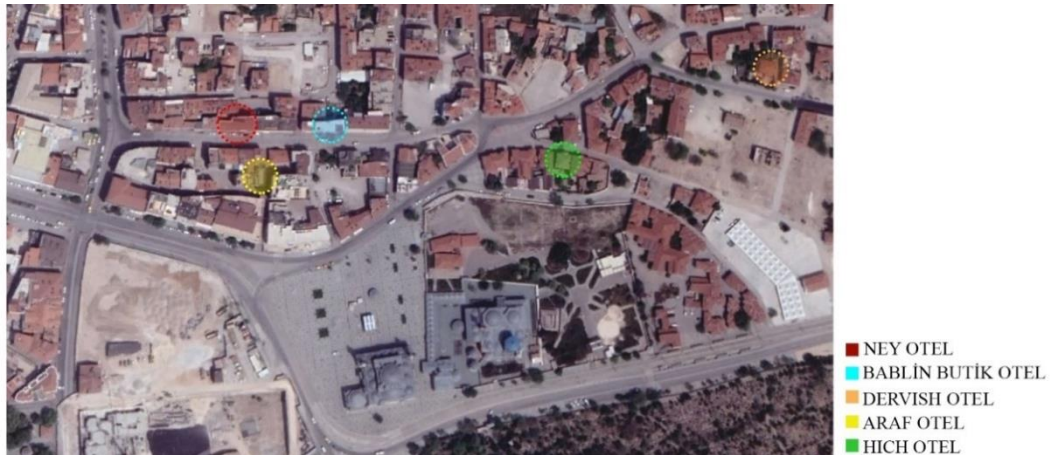
Günümüzde özellikle deneyimsel pazarlamanın önem kazanması otel işletmelerinin olanaklarını bu doğrultuda geliştirmelerine neden olmuştur. Artık tüketiciler duygularına hitap eden, kendilerini özel hissettiren, estetik açıdan zengin ürün ve hizmetleri satın almak istemektedir (Yetiş, 2015). Konaklama işletmelerinin diğer işletmeler arasında avantaj elde edebilmesi, turizm sektöründeki yeniliklerin yanında kendi içerisinde de yenilik uygulamalarını hayata geçirmelerine bağlıdır. Butik otellerin tasarım kriterleri de bu değişimlere bağlı olarak gelişim göstermiştir.

Çalışmanın amacı butik otel işletmelerindeki ürün, hizmet, pazarlama, organizasyon ve sosyal alanlardaki yenilik uygulamalarını ortaya koymak, bu inovasyonları mimari kıstaslarla değerlendirmektir. Bu bağlamda Konya Mevlana Bölgesi'nde yer alan yenilenmiş butik otellerin dış ve iç mekandaki inovasyon uygulamalarının mekânsal organizasyon, görsel tasarım, görsel algılama, fiziksel konfor yönünden ne düzeyde sağlandığına dair tespitler yapmak hedeflenmektedir. Bu hedef doğrultusunda butik otellerin inovasyon yeteneklerine ilişkin değerlendirme ölçeği geliştirilerek özelliklerine göre inovasyon alanlarının farklılaşıp farklılaşmadığı belirlenmiştir. Butik otel yöneticilerinin inovasyon uygulamaları açısından buldukları düzeyi görmeleri ve buna yönelik olarak inovasyon çeşitlerini ve inovasyon yapacakları alanları şekillendirmeleri öngörülmüştür. Turizm alanında ele alınan inovasyon olgusunun turizm-mimarlık ara kesitinde bütüncül bir yaklaşımla ortaya konmasıyla, bu alanda yapılacak çalışmalara ve literatüre katkısının olması amaçlanmıştır.

1.2. Tezin Kapsamı

Konya, sahip olduğu tarihi dokusu, yerel kültürü ve şehrin simgesi durumunda olan Mevlana Türbesi ile bir çok turistin ilgisini çekmektedir. Mevlana Bölgesi'nde yoğunlaşan turizm, bölgedeki konaklama yapılarının mekansal ölçekte kullanıcılarına sunmuş olduğu hizmet anlayışı ile önemli hale gelmektedir.

Çalışma kapsamında Konya Mevlana Bölgesi'nde bulunan inovasyonunu gerçekleştirmiş butik otellerin mimari değer analizi yapılmıştır. Bu bağlamda Araf Hotel, Bablin Butik Otel, Dervish Otel, Hich Otel, Ney Otel olmak üzere beş otelin dış ve iç mekanları incelenmiştir (Şekil 1.1). Butik otellerin yenilik yaklaşımları, inovasyonla ilişkisi araştırılmış ve yapılan analiz çalışmalarıyla değerlendirmeler ve bulgulara yer verilmiştir.



Şekil 1.1. Mevlana Bölgesi'ndeki butik oteller (googlemaps)

1.3. Kaynak Araştırması

Çalışma kapsamında öncelikle turizm ve inovasyon hakkında araştırma yapılmıştır. İncelen bazı kaynaklar şunlardır:

Kozak N. (2012) “Genel Turizm Bilgisi” isimli kitabında turizme dair genel kavramlar ve ilişkiler açıklanmaktadır. Turizm, turist faaliyetleri, turizm endüstrisi ve turizm talebi konuları detaylıca ele alınmıştır. Turizm kavramı ve onunla ilişkili kavramlar açıklanırken bu çalışmadan faydalanılmıştır.

Kozak M. ve Emeksiz (2002), “Otel İşletmelerinde Konaklama Hizmetleri” isimli kitabında müşterilerin konforlu şekilde konaklayabilmesi için otellerin bulundurulması gereken zorunluluklar ve hizmet ortamı birçok yönden ele alınmıştır. Otellerde yapılacak düzenlenmeler sırasında göz önünde bulundurulması gereken aydınlatma, ısıtma, havalandırma ve malzeme gibi faktörler açıklanmıştır. Otellerin değerlendirmesi yapılırken bu maddeler yol gösterici olmuştur.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1/6/2019 tarihinde Resmî Gazetede yayınlanan “**Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik**”te otellerin sınıflandırılması ve butik otellerin bulundurulması gereken mekânsal gereklilikler sıralanmıştır. Bu maddeler ile alan çalışmasındaki otellerin butik otel niteliklerini taşıyıp taşımadığı yönünde bir değerlendirme tablosu hazırlanmıştır.

Erdem, vd.’nin (2011) “Yenilikçilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Antalya’da Etkinlik Gösteren 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği” isimli makalesinde otel işletmelerinde yenilikçiliğin işletme performansına etkisini ölçmek amacıyla yöneticilerle anket yapılmış ve yenilikçilik ile işletme performansı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Aykol ve Zengel'in (2014) "21. Yüzyılda Yeni Nesil Konaklama Yapıları: Butik Otel Yaklaşımı" adlı çalışmasında butik otel tanımlamalarına açıklık getirilerek, ideal bir butik otelin bulundurması gereken özellikler belirlenmiştir. Yeni nesil otel yaklaşımları ve butik oteller açıklanırken bu çalışmadan yararlanılmıştır.

Durna ve Babür (2011), "Otel İşletmelerinde Yenilik Uygulamaları" makalesinde otel işletmelerinin ürün ve hizmetlerindeki yenilik uygulamaları incelenmiştir. Butik otellerdeki inovasyonlara yönelik mimari çerçeve oluşturulurken bu çalışmadan yararlanılmıştır.

Apaydın ve Eren (2013) "Yapıların Otel Olarak Yeniden Kullanım Bağlamında Mekansal Dönüşümlerinin Analizi: Four Seasons Oteli-Sultanahmet Cezaevi" isimli makalesinde yapıların yeniden kullanım sürecinde; mekana yaklaşma ve uzaklaşma, giriş ve çıkış, mekanların düzeni boyunca hareket, mekanların işlerliği, eylemler, tasarım kimliği, biçim-renk-doku açısından mekanlar arası süreklilik, mekan tasarımı, ışığın, rengin dokunun nitelikleri vb. gerekli olan hususlar kapsamlı bir şekilde ortaya konulmuştur. Bu tezde butik otellerin mimari değer kriterleri belirlenirken bu çalışmadaki tasarım kararları yol gösterici olmuştur.

Odabaşı (1998)'nın "20. Yüzyıl Başlarında Konya'nın Görünümü" isimli kitabında, Cumhuriyetin ilk yıllarında Konya'nın görünümünü, şehirdeki önemli mekanları ve yapıları ele almıştır. Kitapta dönemin ulaşımını, ekonomik ve sosyal faaliyetleri, sosyal yaşamı anlatmaktadır. Alan çalışmasında kentin tarihsel gelişiminden bahsedilirken bu kaynaktan faydalanılmıştır.

Yolcu (2006) "Şehir Otelleri, Çevre, Mekân, Tasarım İlkeleri Üzerine" isimli yüksek lisans tezinde, konaklama yapılarının tip ve sınıf farklılıklarına bağlı olarak mekan organizasyonunu ve şehir otellerinin genel ve özel mekanlarının tasarlama ilkelerine göre biçimlenmesini ele almıştır. Giriş mekanı, lobi mekanı, yemek mekanları, rekreasyon alanları ve yatak katları detaylı şekilde incelenmiştir. Konaklama yapılarının tarihsel gelişimi açıklanırken ve butik otellerin mimari tasarım kriterleri belirlenirken bu çalışma yol gösterici olmuştur.

Opak (2009)'ın "Beş Yıldızlı Kent Otellerinde Lobi Tasarım İlkeleri (İstanbul Örneğinde Bir İnceleme)" isimli yüksek lisans tezinde, kent otellerinde lobi mekanı tasarlama ilkeleri belirlenmiş ve İstanbul'daki beş yıldızlı kent otellerindeki lobiler incelenerek kullanıcı değerlendirmelerine yönelik anket çalışması yapılmıştır. Alan çalışmasının sonucunda otel seçiminde ilk sırada hizmet kalitesinin, ikinci sırada ise konumun etkili olduğuna ulaşılmıştır. Kent otellerinde lobi tasarlama ilkeleri, kullanıcı

tercihleri doğrultusunda; güvenilirlik, mahremiyet, görsel konfor, renk, doku ve malzeme, boyut, aydınlatma, su ögesi ve bitki kullanımı, donanım ekipman, kolay ulaşılabilirlik, oturma düzenlemesi, esneklik, işitsel konfor, termal konfor, havalandırma vb. olarak belirlenmiştir.

Agget (2007) ‘‘What has Influenced Growth in the UK’s Boutique Hotel Sector?’’ isimli makalesinde butik otellerin müşteriler tarafından tercih edilme nedenlerini araştırmıştır. Konum, kalite, benzersizlik (özgünlük), sağlanan hizmetler ve sunulan kişiselleştirilmiş hizmetlerin kullanıcıları butik otellere çeken ilk beş özellik olduğu tespit edilmiştir.

Akman (2020) ‘‘Konaklama Sektöründe Butik Otel Trendi: Ankara Örneği’’ isimli yüksek lisans tezinde butik otellerdeki müşteri memnuniyeti ve tatmini üzerine çalışmış, otel müşteri ile yapılan anketlerle ile butik otellerin trend olmasında katkısı olan faktörleri belirlemiştir. Bunlar; konfor, özel hizmet, özel tasarım, deneyim, yenilik, tasarım, konukseverlik, butik otelin samimi ortamı gibi niteliklerdir.

Çalışmada butik otellerin inovasyon bağlamında tasarım kriterleri değerlendirilirken bu ve benzer çalışmalardaki anket sonuçları ile bu alandaki araştırmalardan faydalanılmıştır. Bu kaynakların dışında, konu ile ilgili makalelerden, doktora ve yüksek lisans tezlerinden ve diğer araştırmalardan yararlanılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde turizm, konaklama, butik oteller ve inovasyon kavramları incelenmiştir. İlk bölümde konaklama yapılarının ve butik otellerin tarihsel gelişimi ile butik oteller açıklanmıştır. İkinci bölümde inovasyon kavramı ve inovasyon çeşitleri ele alınmış, mimari ile ilişkilendirilmiştir. Üçüncü bölümde ise yenilenen butik otellerin tasarım kararlarına yönelik kavramlar incelenmiştir.

2.1. Turizm ve Konaklama

İnsanlar, geçmişten beri çeşitli nedenlerle yaşamlarını sürdürdükleri yerleşim yerlerinden başka bölgelere seyahat etmişlerdir. Bu yer değişimlerinin oluşturduğu dinamik olguya zamanla turizm adı verilmiştir. Turizm sektörünün insan gereksinmelerini karşılayan doğası gereği çok geniş bir alana dağılmış olması sınırlarının tam olarak belirlenmesini zorlaştırmaktadır. Seyahat sürecinde ihtiyaç duyulan ulaşım araçları, konaklama yapıları gibi birçok ürün ve hizmetin turizm kapsamı içine girmesi turizm sektörünün çeşitli bilim dalları ile ilişkisini gerekli kılmaktadır. Turizmin doğrudan ya da dolaylı olarak etkileşiminin olduğu çalışma alanlarından bir kısmı; ekonomi, işletme, sosyoloji, psikoloji ve mimaridir. Farklı disiplin ve sektörlerle olan bu ilişkisi ortak bir turizm tanımının yapılabilmesini güçleştirmektedir. Her disiplin kendine özgü nitelikleri vurgulayarak ve turizmin farklı yönlerini ele alarak tanımlamalar yapmaktadır (Kozak, 2012).

Turizm kavramını açıklamaya yönelik 19.yüzyıl sonlarına kadar uzanan birçok çalışma bulunmaktadır. Bu süreçte farklı araştırmacılar tarafından farklı tanımlar ortaya koyulmuştur. 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından ilk kez ortaya atılan turizm tanımı şu şekildedir: *“Turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren ‘modern’ çağa özgü bir olaydır.”* (Eralp, 1983).

Turizm kavramının tanımında, dinamik bir unsur olarak görülen "seyahat" faktörü önemli bir yere sahiptir. Yapılan tüm seyahatler turizm kavramı içerisine giremeyeceği için nelerin turizm hareketliliği kapsamına gireceği ‘seyahat amacı’ dikkate alınarak belirlenmektedir. Turizm hareketliliğinin oluşmasında etkili olan ikinci önemli unsur ise ‘konaklama’dır. 1981 yılında Aiest (Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği) tarafından turizm terimi yeniden düzenlenmiştir. Bu tanıma göre; *“İnsanların devamlı*

ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki, olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü” dır (Kozak, 2012).

Konaklama için yaygın olarak kullanılan ve kapsayıcı olan bir başka tanım ise şu şekildedir; ‘‘Turizm, kazanç sağlama amacına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek koşuluyla yabancıların bir yere seyahatleri ve orada konaklamaları sonucunda ortaya çıkan olayların ve ilişkilerin tümüdür (Barutçugil, 1984).

Turizm ile en güçlü bağı olan unsur ise turisttir. Turist, geçici bir süre için sürekli yaşadığı yerin dışına, psikolojik tatmin sağlamak amacıyla çıkarak seyahat eden, tüketici olarak konaklayan sonrasında yaşadığı yere geri dönen insandır (Eralp, 1983). Erken dönemlerde varlıklı bir sınıfı ifade eden ve küçük gruplar olarak seyahat eden turist olgusu günümüzde kitle turizmiyle birlikte önceden planlanan, kalabalık gruplar halinde gezen turizmin nesnesi durumuna gelmiştir (Elçin, 2007). Turizmin temelindeki psikolojik tatmin sonucunda dünyadaki turizm faaliyetleri turistlerin isteğine göre şekillenmektedir.

2.1.1. Konaklama Yapılarının Tarihsel Gelişimi

Tarih boyunca konaklama ihtiyacına hizmet etmek amacıyla farklı dönemlerde farklı nitelikte ve farklı isimlendirmelerde konaklama birimleri var olmuştur. Ülkemizde bu amaçla inşa edilmiş kervansaraylara öncülük eden ribatlar, daha sonrasında Selçuklu döneminin dikkat çeken yapıları kervansaraylar ve Osmanlı dönemine ait hanlar görülmektedir. Sözlükte yol üzerinde veya kasabalarda yolcuların konaklamalarına yarayan yapı şeklinde tanımlanan hanlar, ilk Roma İmparatorluğu döneminde ortaya çıkmıştır. Plan şemaları, galerili ve üstü kapalı bir avlunun çevresine yerleşen mekanlar biçimindedir. Geceleme ve yemek alanları ile ahırlar bir ya da birden çok avlu etrafına yerleştirilmişlerdir. Ticaret, kentler arasındaki seyahatin en önemli nedenlerinden birisidir. Ulaşım olanakları yeterince gelişmediği ve yolculuklar uzun sürdüğü için konaklama tesislerine olan ihtiyaç sonucu Orta Çağ’da tüm Avrupa’da yaygın olarak hanlar görülmeye başlamıştır (Yolcu, 2006).

Türk-İslam tarihinde ribatların ilk örneklerine Orta Asya’da rastlanılmaktadır. Coğrafyamızdaki tarihi gelişime bakıldığında, 12. Yüzyıl Anadolu Selçukluları döneminde inşa edilen ribatlar ilk olma özelliğini taşımaktadır. Daha önceki yüzyıllarda

ribat adıyla inşa edilen, yapılış ve amaçları bakımında farklılık gösteren yapıların tarihi ise 8. yüzyıla kadar gitmektedir.

İslamiyetin yayılmaya başladığı yıllarda Araplar tarafından sınırların korunması ve genişletilmesi amacıyla stratejik açıdan önemli mevkilere ve büyük şehirlere askeri nitelikte yapılar kurulmuştur. Dönemlerinin önemli mimari eserleri olarak büyük bir üne sahip olan ribatlar, sınırların genişlemesiyle başka bölgelere de yayılarak işlev değişikliğine uğramıştır. Eskiden sadece askerî amaçlarla kurulmuş iken 10. 11. yüzyıllarda dinî ve sufîyane özellik kazanmıştır. Sınırların içinde kalan ribatlar; zaviye, tekke, hankah, dergâh gibi adlarla şeyhlerin dervişlerin kaldıkları yerler haline gelmiştir. Bölge ve zaman faktörlerine bağlı olarak niteliği değişen ribatların, aynı zamanda 18. ve 19. yüzyıllarda İran ve Maverâünnehir’de kervansaray ile eş anlamlı olarak kullanıldığı görülmektedir (Köprülü, 1942).

Çoğunlukla külliye yapıları içerisinde yer alan ve önemli ticari, sosyal faaliyetlerin gerçekleştiği kervansaraylar; özellikle büyük yerleşim merkezleri olan şehirlerde görülmektedir. Yapılar buralarda ticari hayatın kavşak noktaları olmuştur. En başarılı örnekleri ise Osmanlı İmparatorluğunun merkezi olan İstanbul’dadır. Osmanlılarda kervansaraylarla birlikte, gelir sağlama amacı ile yapılan çok sayıda şehir içi hanı bulunmaktadır. Bu hanlar konaklamanın yanı sıra ticaret, depolama, iş yeri gibi özellikleri barındırmaktadır (Cantay, 1988).

Modern konaklama anlayışı doğrultusunda ortaya çıkan otellerin görülmeye başladığı zamanlar 18.yy. ve 19.yy. sonlarıdır. Bu dönemde Batı’da teknoloji, ulaşım ve yolculuk olanaklarının gelişme göstermesi ile konaklamaya olan talep hızla artmış, demiryollarının gelişimi seyahatlerde büyük kolaylık sağlamıştır. Öncesinde han olarak adlandırılan konaklama yapıları, yerlerini çok daha yüksek standartlardaki otellere bırakmıştır. Bu süreç on sekizinci yüzyılda bazı hanlara balo odası ve toplantı salonları gibi yeni mekanların eklenmesi ile başlamıştır. On dokuzuncu yüzyılda ise “otel” kurumu tümüyle kabul görmüştür. Osmanlıya ise on dokuzuncu yüzyılda Batı aracılığıyla ulaşmıştır (Yolcu, 2006).

Yeni ulaşım sistemi olan demiryollarının yaygınlaşması ile demiryolu oteli olarak adlandırılan pek çok otel açılmıştır. Bu otellerde gösterişli bir dekorasyon ile tasarlanan banyo, özel wc gibi olanaklar, çok sayıda yatak odası, özel olarak kiralanabilen oturma odaları ve yemek salonları bulunmaktadır. Otellerin yaygınlaşmasına paralel olarak dekorasyon ve teknoloji alanında gelişmeler yaşanmıştır. St.Pancras İstasyonu’nda yer alan 250 odalı Midland Grand Oteli, oldukça görkemli yemek salonu, havalandırma

sistemi, yangın söndürme aparatı, odalar arası konuşma sistemi, elektrikli zil vb. teknik donanımı ile seçkin otellerden biridir (Yolcu, 2006).



Şekil 2.1. Midland Grand Oteli, Londra (URL-1)

On dokuzuncu yüzyılda Batı’da demiryolu ve buharlı gemiler gibi ulaşımdaki gelişmeler Osmanlı imparatorluğunda on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında görülmeye başlamıştır. Seyahati kolaylaştıran bu yenilikler kervan ticaretinin gerilemesine neden olurken, daha planlı bir organizasyona sahip konaklama mimarisini geliştirmiştir. Avrupa’da doğu kültürüne ilginin artmaya başlaması, ulaşım ve seyahat koşullarının demiryolu ve denizyolu ile daha iyi hale gelmesi İstanbul’da turizm faaliyetlerinin gelişmesine neden olmuştur (Yakartepe ve Binan, 2011).

Türkiye’de konaklama işletmelerinin ilk çağdaş örnekleri Orient Express’in İstanbul’a tren seferlerinin başlaması sırasında görülmektedir. Bu yıllarda İstanbul’da çok sayıda konaklama tesisi işletmeye açılmıştır. İlk oteller Beyoğlu’nda İstiklal ve Meşrutiyet caddeleri üzerindedir ve bu yeni yapıların bilinen ilk örneği 1840 tarihinde Galata’da açılan Hotel des Quatre Nations’dur. Modern anlamda ilk konaklama tesisi ise 1892’de inşa edilen Pera Palas Oteli’dir. Otel, Orient Express ile Türkiye’ye gelen seçkin konukların ağırlanması için Wagonlit (Uluslararası yataklı ve yemekli vagonlar) tarafından yaptırılmıştır. Yüksek standartlara sahiptir ve döneminin en ünlü otellerinden biridir. Türkiye’nin ilk zincir otellerinden biri olan ve Modern Türk Turizminin başlamasına öncülük eden Hilton Oteli ise 1955 yılında açılmıştır (Okuyucu ve Akgiş, 2016; Yakartepe ve Binan, 2011).

Türkiye Cumhuriyeti’nin ilan edilmesi ile 1963 yılı planlı döneme kadar olan süreçte faaliyet gösteren konaklama yapılarının sayısı çok azdır. 1963’te Turizm ve

Tanıtma Bakanlığı'nın kurulması ve bu tarihten itibaren 5 yıllık kalkınma planlarının uygulamaya koyulmasıyla turizm sektörünün gelişmesine yönelik ilk ciddi adımlar atılmıştır. Turizm sektöründeki esas gelişmeler ise 1982 yılında çıkarılan Turizmi Teşvik Kanunu'nu ile başlamaktadır. Seyahat ve turizm sektörünün geliştirilebilmesi için yapılan yatırımlar giderek artmıştır. 1980'lerin sonlarında Türkiye; sosyal, ekonomik ve teknolojik bakımdan yeterli altyapıya sahip olmamasına rağmen gözde destinasyonlardan biri olmuştur. Turist sayısındaki hızlı artış sonucu birçok konaklama işletmesi hizmete açılmıştır (Okuyucu ve Akgiş, 2016). Turizm yatırımlarına yönelik teşvikler tamamen kitle turizmine alt yapı oluşturmayı hedeflediği için birçok yerde tahribat gerçekleşmiş çevre ve tarihi değerlerin korunması gerekliliği ihmal edilmiştir (Boz, 2004).

Türkiye Cumhuriyeti'nin ilan edilmesi ile 1963 yılı planlı döneme kadar olan süreçte faaliyet gösteren konaklama yapılarının sayısı çok azdır. 1963'te Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın kurulması ve bu tarihten itibaren 5 yıllık kalkınma planlarının uygulamaya koyulmasıyla turizm sektörünün gelişmesine yönelik ilk ciddi adımlar atılmıştır. Turizm sektöründeki esas gelişmeler ise 1982 yılında çıkarılan Turizmi Teşvik Kanunu'nu ile başlamaktadır. Seyahat ve turizm sektörünün geliştirilebilmesi için yapılan yatırımlar giderek artmıştır. 1980'lerin sonlarında Türkiye; sosyal, ekonomik ve teknolojik bakımdan yeterli altyapıya sahip olmamasına rağmen gözde destinasyonlardan biri olmuştur. Turist sayısındaki hızlı artış sonucu birçok konaklama işletmesi hizmete açılmıştır (Okuyucu ve Akgiş, 2016).

2.1.2. Otellerin Sınıflandırılması

Günümüzde konaklama yapıları hizmet sektöründeki değişime bağlı olarak verilen hizmet çeşidine ve konumuna göre çeşitlenmiştir. Birçok farklı beklentinin karşılanmasına yönelik hizmet sağlayan mekanlar haline gelmiştir. Ülkemizde konaklama işletmeleri "Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik" ile Otel, Butik Otel, Motel, Apart Otel, Tatil Köyleri, Pansiyon, Kamping, Apart Otel, şeklinde sınıflandırılmaktadır (T.C. Resmi Gazete, 1 Haziran 2019, sayı: 30791). Turizm tesisleri arasında önemli bir kısmı oluşturan otellerin sınıflandırılması ise dünyada çeşitlerine, ülkemizde ise Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen şartlar doğrultusunda niteliklerine göre belirlenmektedir. Oteller sınıflandırılırken birçok unsur dikkate alınmaktadır. Temel kriterler binanın konumu, büyüklüğü, iç tasarımı, dekorasyonu, hizmet standardı, müşteriye sunduğu rahatlık ve işletmecilik anlayışıdır. Literatürde otel yapılarının sınıflandırılması; ulaşım alanları ile olan bağlantısına, sahiplik

ilkesine, işletmenin büyüklüğüne, işletmenin niteliğine, kent içindeki konumuna, hizmet standartlarına ve sundukları özelleşmiş hizmetlere göre belirlenmiştir (Özer, 2017). Sundukları özelleşmiş hizmetlere göre otel yapıları, kişiye özgü hizmetler, özgün mekan tasarımları gibi yenilikler sunmaktadır. Bu otel tipleri içerisinde butik oteller dikkat çekmektedir.

2.1.3. Butik Otel

Butik oteller genellikle ilginç, lüks, özgün, samimi ve yenilikçi tasarıma sahip oteller olarak ifade edilmektedir. Kişiyeye özel hizmet sunmasıyla büyük zincir otellerden ayrılan özgün bir kimliğe sahiptir (Baş, 2003). Farklılık arayışında yüksek beklentileri olan tüketicinin ihtiyaçları doğrultusunda bunların hızlı şekilde karşılandığı otelcilik anlayışıyla hizmet vermektedir.

Butik otellerin temel özellikleri, eşsiz kimlik, modern karakter, detaylar, yüksek kalitede mimari ve şık tasarıma sahip iç mekan şeklinde sıralanmaktadır (Karacaer, 2013). Kendine özgü kimliğiyle modern bir karaktere sahip, ileri teknolojik çözümlerle çağdaş tasarımın bir arada tasarlandığı, kullanıcı memnuniyetine önem veren, samimi atmosferi olan otellerdir (Forsgren ve Franchetti, 2004). Aynı zamanda farklı kültürlerin, lezzetlerin, mekanların deneyimlendiği butik oteller diğer otellerden farklı bir konumdadır.



Şekil 2.2. Palacio Belmonte Butik Otel, Lisbon Portekiz (URL-2)

Agget (2007) butik otel sektöründeki büyümenin hangi faktörlerden etkilendiğine dair araştırmasında butik otellerin tercih edilme sebeplerinin sırasıyla konum, hizmet, orijinallik, kişiye özel hizmet ve temin edilen hizmetler olduğunu belirlemiştir.

Butik oteller kapasite bakımından küçük işletmeler olsalar da hedef kitlelerini seçkin üst düzey tüketiciler oluşturmaktadır. Konfor ve kalite açısından beş yıldızlı otel düzeyinde hizmet vermeleri ve yüksek ekonomik girdi sağlamaları ile dikkat çekmektedirler. Ancak literatürde butik otele dair çok çeşitli tanımlar olmasından kaynaklı, butik otel niteliklerini karşılamayan birçok küçük işletme kendilerini butik olarak tanıtabilmektedir.

01.06.2019 tarihli Resmî Gazetede yayınlanmış olan Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 21. Maddesinde butik oteller şu şekilde tanımlanmaktadır. *“Turizm tesisleri ve konaklama tesisleri için belirlenmiş olan asgari nitelikleri sağlayan, deneyimli, konusunda eğitilmiş veya sertifikalı personel ile kişiye özel yüksek standartta hizmet verilen, en az on, en fazla altmış odalı otellerdir.”*

Yönetmeliğe göre butik otellerin şu özelliklere sahip olması gerekmektedir:

- a) Üstün kaliteli, özel tasarım seri üretim veya antika ürünlerden oluşan tefriş, dekorasyon, donanım ve servis malzemeleri,
- b) Alakart hizmet verilen restoran,
- c) Resepsiyon, lobi, yatak kapasitesinin yüzde yirmi beşi oranında oturma alanı,
- ç) Yönetim odası,
- d) Genel mahallerde klima,
- e) Genel mahallerde ve odalarda kablosuz internet,
- f) Beş yıldızlı otel odaları için belirlenen nitelikleri taşıyan yatak odaları,
- g) Yatak katlarında kat hizmetleri ofisi veya dolap,
- ğ) Oda banyolarında aydınlatmalı büyüteçli ayna,
- h) Yatak odasını gece kullanımına hazırlama hizmeti,
- ı) Oda servisi hizmeti,
- i) Kat sayısı itibarıyla müşteri asansörü zorunlu olanlarda servis alanları ile bağlantılı servis asansörü,
- j) Bagaj odası ve bagaj taşıma hizmeti,
- k) Çamaşır yıkama, ütüleme, kuru temizleme ve terzi hizmeti,
- l) Görevli personel aracılığıyla sağlanan otopark hizmeti,
- m) Tesis müşteri yatak kapasitesinin en az yüzde ellisine denk gelen sayıda deneyimli veya en az beş yıl deneyimli idari personel,
- n) Çok amaçlı salon, toplantı salonu, tiyatro salonu, sinema salonu, lokanta, kafeterya, kahvaltı salonu ünitelerinden en az biri (T.C. Resmi Gazete, 1 Haziran 2019, sayı: 30791).

2.1.2.1. Butik Otel Gelişimi

Zamanla fonksiyon temelli otel anlayışı yerini tasarım öncelikli otel anlayışına bırakmıştır. Beş yıldızlı otellerde sunulan monoton hizmete karşın yeni bir konaklama alternatifi olarak butik oteller ön plandadır. Belli standartları olan beş yıldızlı oteller özellikle zincir otel sistemleriyle birlikte birbirinden farkı olmayan, bulunduğu kentle ve kültürüyle bağdaşmayan, kişiyi ait hissettirmeyen bir konumdadır (Pehlivanoğlu ve Uzunarslan, 2011).

Değişen hayat şartları ile turistler /tüketiciler farklı olanı yapılarada değil, çoğunlukla yapılarada sunulan deneyimlerde aramaktadır. Her şey dahil hizmet sunan tatil köylerine talebin azalması tüketici tercihlerindeki bu değişime bir örnektir (Aykol ve Zengel, 2014). Otel müşterisi konaklama, dinlenme ve eğlence aktivitelerinin yanında buldukları şehri ve yerel kültürünü tanımak, sosyal aktivitelere katılmak istemektedir. Bu gereksinimler, büyük grup turları yerine küçük ölçekte, yerel ve kültürel özellikleri barındıran konaklama yapılarına eğilimi artırmıştır. Alternatif turizm anlayışına karşılık inovatif bir yaklaşımla, kişiye özel hizmetin esas alındığı konaklama yapıları ortaya çıkmıştır. Altun ve İnceoğlu (2006), bu doğrultuda çeşitlenen konaklama yapılarını tatil köyleri, iş otelleri, spa otelleri, temalı oteller, butik oteller, tasarım otelleri (design hotels), sanat otelleri (art hotels) olarak sıralamaktadır. Farklı tasarım ve hizmet anlayışının ön planda olduğu bu yaklaşımlar içerisinde günümüz kullanıcısının beklentilerini hizmet, konfor ve imaj kapsamında en iyi karşılayan seçenek butik oteller olmaktadır (Aykol ve Zengel, 2014).

Butik otellere olan yoğun talep sonucu kendi içinde çeşitlenerek, farklı adlandırılmalara gidilmiştir. Aykol ve Zengel (2014) butik otelleri; sıra dışı oteller, yaşam tarzı otelleri, tasarım otelleri, trend oteller, HIP oteller, sanat otelleri, artistik oteller, avangart oteller ve klas oteller şeklinde sınıflandırmaktadır (Bkz Şekil 2.3). Temalı oteller zinciri bu etkileşimin geldiği son noktadır (Elçin, 2007).



Şekil 2.3. Yeni Nesil Otel Yaklaşımları (Aykol, 2013).

2.1.2.2. Butik Otel Organizasyonu

Otel tasarımında mekan dağılımlarının doğru kurgulanması ile tasarım öncesi ve sonrasına ait programların aksamasının önüne geçilir. Kullanıcının mekândan memnun şekilde ayrılması ve otelin marka değerinin, tercih edilirliliğinin artırılması sağlanır (Can, 2004).

Oteller; giriş holü, lobi, yatak katları, genel alanlar, sirkülasyon elemanları, servis ve personel alanları gibi birimlerden oluşur. Otel içi birimlerin sayısı otelin kapasitesi, standardı, yıldız sayısı gibi etkenlere göre farklılık göstermektedir ancak oteli oluşturan temel unsurlar ve bunların birbiriyle ilişkisi genellikle tüm otellerde aynıdır (Akyüz, 2010).

Büyük kapasiteli şehir otelleri ile küçük otellerin iç mekan ünitelerinin organizasyonu birbirinden farklı olmaktadır. Küçük otellerde ihtiyaç duyulması durumunda ilave edilecek bölümlerin kurgulanması önemlidir (Şekil 2.4). Butik otellerin mekân organizasyonu küçük ve orta ölçekli otel organizasyonları ile benzerlik göstermektedir. Bu nedenle kahvaltı salonu, spor salonu, SPA, kuaför, hediyelik eşya mağazaları, toplantı salonu gibi genel mekanları bünyesinde bulundurmayabilmektedir.

salon ve rekreasyon alanları şeklindedir. Otelin kapasitesine göre bu birimler değişiklik gösterebilmektedir. Lobi odalara dağılım ve diğer genel mekanlara yönlendirilmeyi sağlayan ana sirkülasyon alanıdır. Aynı zamanda kullanıcının cephe ile karşılaşmasından sonraki ilk izlenimi oluşturduğu için butik otelin tasarım kimliğini yansıtan prestij mekanları olarak düşünülmekte, bu mekanların tasarım özellikleri diğer mekanlara da yansımaktadır (Gökdağ, 2009).

Bireysel Kullanım Alanları

Bireysel kullanım alanları, butik otellerde kişisel kullanılan mekanlardır. Yatma mekanları ve ıslak hacimlerden oluşur. Kapasitesi büyük otellerde yatak katları da bulunur. Bu alanlar; süitler, yatak odaları, yatay-düşey sirkülasyon elemanları, çamaşır deposu ve servis mekanlarından oluşmaktadır. Kat koridoru yan yana dizilen odalar boyunca devam eder, sirkülasyon elemanları ise genellikle yapının merkezinde yer alır. Oda girişinde mahremiyeti sağlamak için koridorda cepler oluşturulabilir (Karadaş, 2017).

Oda formu iç düzenlemelere imkan sağlayacak büyüklükte olmalıdır. Odanın dışarıya bakan bölümü bulunduğu çevre ve fiziksel koşulları göz önünde bulundurularak tasarlanmalıdır. İhtiyaç programına göre şekillenen oda tipi, iç düzenlemelerle farklı konseptlere imkân sağlamaktadır. Oda içerisindeki mobilya donatılarının yerleşimi, ölçüleri, doku- renk gibi görsel özellikleri odanın tipine göre değişiklik göstermektedir. Yatak odasının kişiye özel küçük hacimler olarak kullanıcının istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte tasarlanması onu diğer genel hacim tasarımlarından ayırmaktadır. Kullanıcı beklentileri oldukça yüksek olduğu için bu mekanlarda detaylar önemli olmaktadır (Yolcu, 2006). Bu anlamda tasarımcının hedef kitleyi doğru analiz edip ihtiyaçları doğrultusunda bir tasarım yapması beklenmektedir.

Servis alanları

Servis hizmetinin gerçekleştiği mekanlardır. Otel müşterilerinin kullandığı mekanlardan ayrı planlanan, yapının teknik bölümlerini içeren ve personel gereksinimlerini karşılayan alanlardır. Mutfak, çamaşırhane, depo, teknik servis, güvenlik, yiyecek-içecek, insan kaynakları, muhasebe, satış gibi birimleri kapsar (Kozak ve Emeksiz, 2002).

2.1.2.3. Yenilenen Butik Oteller

Yeniden kullanım; çevresel, toplumsal, kültürel, ekonomik vb. nedenlerle mevcut işlevini yitiren yapıların zamanın koşullarına uygun yeni bir kullanım ve kimlik

kazanmasıdır (Altınoluk, 1998). Yapıların yeniden işlevlendirilmesindeki amaç, günümüz ihtiyaçlarına göre binalara yeni bir işlev kazandırmak ve mevcut kimlik özelliklerinin geleceğe aktarılması ile kültürel ve tarihsel sürekliliği sağlamaktır. Temelinde ‘değişim’ ve ‘yenilik’ vardır. Yenileme sırasında çağdaş sistemlere yer verilirken orijinal yapı detayları da genellikle korunmaktadır (Apaydın ve Eren, 2013).

Tarihi yapıların geçmiş ile bağ kurulmasına yönelik bir çekiciliğinin olması, birçok girişimcinin bu tür yapıları turistik işletme olarak yenilemesine neden olmaktadır. Bir yapının otel olarak sürdürülebilirliğinin sağlanmasında, mevcut yapı için uygun işlevin belirlenmiş olması, yapının tarihi ve mimari dokusunun korunması, çevre halkına sosyal, kültürel, ekonomik açıdan yarar sağlaması ve varlığını sürdürebilmek için ekonomik gelir elde etmesi oldukça önemlidir (Tanrısever vd., 2016). Bu anlamda yapılar butik otel olarak işlevlendirilirken ihtiyaç ve gerekliliklerin mevcut yapının özellikleriyle uyum sağlayabilmesi gerekir. Bu gereklilikler Selçuk (2006) tarafından şu şekilde belirlenmiştir.

Mekânsal gereklilik: Yapının yeni fonksiyonu doğrultusunda mekanların; boyut, biçim ve mekanlar arası ilişkileri sağlayabilecek düzeyde olmasıdır.

Kullanım ve harekete ait gereklilik: Yenilenen yapının toplumsal, kültürel ve ekonomik olarak kullanım ihtiyaçlarını karşılayabilecek düzeyde sembolik bir değerinin olmasıdır.

Çevresel gereklilik: Yenilenen yapının genel yerleşim içerisinde, iç ve dış mekan kompozisyonu ile bölgenin ihtiyaçlarını karşılayabilecek düzeyde olmasıdır.

Teknik Gereklilik: Yenilenen yapıda gerekli fiziki şartların sağlanabilmesi için teknik sistemlerin müdahaleler sınırlı kaymak şartıyla sağlanmasıdır (Selçuk, 2006).

Mekanlara verilecek yeni fonksiyonların, mekanlar arası bağlantıların, görsel bütünlüğün ve fiziki şartların dikkate alınarak tasarlanması gerekmektedir. Yenilenen butik oteller bu gereklilikler doğrultusunda; mimari tarzları, plan organizasyonu, mekânsal özellikleri ve bulunduğu çevre ile bir bütün olarak ele alınmalıdır.

2.2. İnovasyon

Ekonomik ve sosyal değer üretmek amacıyla ürün, hizmet ve iş yöntemlerinde meydana gelen değişiklikler, farklılıklar, yenilikler olarak tanımlanan inovasyon kavramı; 20. yüzyılın başlarında teknolojik olarak ele alınırken 20. yüzyılın ilk yarısından sonra ekonomik ve sosyal alanların da konusu olmuştur. Latince bir sözcük olan “innovatus” kelimesinden türetilen inovasyon: “Toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni

yöntemlerin kullanılmaya başlanması” anlamına gelmektedir. OECD ile Eurostat’ın birlikte yayınladığı kılavuzda daha kapsayıcı şekilde tanımlanmıştır: *“Yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün (ürün veya hizmet) veya sürecin; yeni bir pazarlama yönteminin veya iş uygulamalarında, iş yeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır.”* (Oslo Kılavuzu, 2005).

İşletmelerin rekabet güçlerini artırmada kullanacakları önemli kaynaklardan birisi olan inovasyon; yeni bir ürünün, sürecin ya da hizmetin pazara sunulması olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda teknik bir terimden daha çok ekonomik ve sosyal bir kavramdır. İstihdamı, verimliliği, toplumsal refahı ve yaşam kalitesini artırmayı hedeflediği için ülkelerin sosyo-ekonomik gelişiminde büyük öneme sahiptir. Tüketicinin ve üretimin devamlılığını sağlayarak ekonominin sürdürülebilir şekilde büyümesinde önemli bir araç olabilmektedir (Vatan, 2010).

Küreselleşmenin getirmiş olduğu teknolojik değişimler sonucu zaman mekan sınırlarının belirsizleşmesi, tüketicinin giderek daha yaratıcı ve yenilikçi çözümler arayışı içerisinde oluşu, işletmeler için teknoloji kullanımını, yeniliği ve yeni alternatifler doğrultusunda talep yaratacak fikirleri zorunlu kılmaktadır. Yeniliklerin hızla birbirini takip ettiği günümüzde hizmet alanlar sıradanlıktan uzak, özgün, estetik yönü ön planda olan yeni ürünlere yönelmekte hizmet verenler de farklılıklarıyla ön plana çıkmaya çalışmaktadır. Yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi çeşitliliğe bu da sektörün dinamikleşmesine olanak sağlamaktadır (Zerenler vd., 2007).

Hjalager (2002), turizm sektöründe inovasyonu; yatırım yapmak veya yeni bir şey üretmek olarak ifade etmektedir. Ürün inovasyonu, klasik süreç inovasyonu, bilgiye dayalı süreç inovasyonu, yönetim şeklinde yapılan inovasyonlar, kuruma ait inovasyonlar olarak beş başlıkta incelemektedir. Yeniliğin sonuç ve etkilerine yapılan bir diğer sınıflandırmada ise mimari (yapısal), düzenli, niş, devrimsel inovasyon şeklinde dörde ayrılmaktadır (Şekil 2.5). Turizm endüstrisi ve toplum içerisindeki değişimleri içine alan mimari inovasyonun tüm yapıları değiştirme eğiliminde olması dikkat çekmektedir. Yeni kurallar koyarak turizm endüstrisini değiştirebiliyor olması oldukça önemlidir (Zengin, 2019).

<p>Düzenli inovasyon</p> <ul style="list-style-type: none"> • Üretkenliği arttıran yeni yatırımların teşvik edilmesi • İşletme sahibinin ve çalışanların verimli çalışması için eğitimler düzenlenmesi • Kalite ve standartların iyileştirilmesi 	<p>Niş İnovasyon</p> <ul style="list-style-type: none"> • İş imkânlarını geliştirmek için yeni girişimcilerin yatırımlarının desteklenmesi • İşletmelerin yeni pazarlama işbirlikleri kurmaları • Var olan ürünlerin farklı kombinasyonlarının üretilmesi
<p>Devrimsel İnovasyon</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teknolojik yeniliklerin kullanılması • Çalışanların pozisyonlarının değiştirilmesi ile yeni çalışma metotların uygulamaya konulması • Aynı pazara farklı metotlarla girilmesi 	<p>Yapısal İnovasyon</p> <ul style="list-style-type: none"> • Yeniden yapılanma gerektiren faaliyet ve cazibeler oluşturmak • Fiziksel ya da hukuki altyapının yeniden tanımlanması • Bilgi birikiminin yayılması için mükemmeliyet merkezlerinin oluşturulması

Şekil 2.5. Turizm Perspektifinden Abernathy ve Clark'ın İnovasyon Modeli (Zengin, 2019).

Durna ve Babür (2011) tarafından geliştirilen çalışmada konaklama işletmelerinin yenilik uygulamaları şu başlıklar altında ele alınmıştır:

- Hizmette yenilik
- Mimaride yenilik
- Aydınlatmada yenilik
- Teknolojide yenilik
- Odalarda yenilik
- Lobide yenilik
- Döşemeler ve aksesuarlarda yenilik
- Yüzme havuzlarında yenilik
- Dekorasyonda yenilik
- Banyoda yenilik
- Ekolojik ve organik ürünlerde
- Çevre duyarlılığında yenilik
- Yeme-içmede yenilik
- Güvenlikte yenilik vb.

Yukarıda inovasyon bağlamında sıralanmış olan yenilik kavramlarının butik otellere yönelik mimari karşılıkları tespit edilmiş ve tablo halinde (Tablo 2.1) gösterilmiştir. Çalışmanın temel alt yapısını oluşturan bu kavramlar detaylı şekilde incelenmiştir.

Tablo 2.1. Durna ve Babür (2011)'ün sınıflandırmasından hareketle oluşturulan inovasyon değerleri

TURİZMDE İNOVASYON	MİMARİDE İNOVASYON
HİZMETTE YENİLİK	Esneklik
MİMARİDE YENİLİK	Karakter/Kimlik Ayırt edicilik Renk Zıtlık
AYDINLATMADA YENİLİK	Aydınlatma
TEKNOLOJİDE YENİLİK	Teknoloji kullanımı Sürdürülebilirlik
ODALARDA YENİLİK	Mekansal konfor Termal konfor Özgün donatı elemanları
LOBİDE YENİLİK	Karakter/Kimlik Renk Malzeme/Doku Armoni/Uyum Zıtlık Özgün donatı elemanları Aydınlatma
DÖŞEME VE AKSESUARLARDA YENİLİK	Özgün donatı elemanları Karakter/Kimlik
YÜZME HAVUZLARINDA YENİLİK	Esneklik Malzeme/Doku
DEKORASYONDA YENİLİK	Özgün donatı elemanları Renk
BANYODA YENİLİK	Mekansal konfor Termal konfor Özgün donatı elemanları
ÇEVRE DUYARLILIĞINDA YENİLİK	Sürdürülebilirlik
RESTORANDA YENİLİK	Renk Malzeme/Doku Armoni/Uyum Zıtlık Özgün donatı elemanları Aydınlatma
PERSONEL ÜNİFORMASINDA YENİLİK	Karakter/Kimlik
GÜVENLİKTE YENİLİK	Güvenlilik

Hizmette yenilik, otelin diğer otellerden kendini farklılaştırarak özel hizmet anlayışı geliştirmesidir. Bu doğrultuda verilen hizmetler ücretsiz saç kesimi, sinema geceleri, sosyal ve kültürel etkinlikler şeklinde sıralanabilir (Durna ve Babür, 2011). Butik otellerde düşünülen bu tarz etkinlikler için ayrı mekanların tasarlanması gereklidir. Farklı kullanıcı grubuna yönelik çeşitli işlevlere olanak veren esnek tasarım anlayışı hizmette yenilik ile bağdaşmaktadır.

Mimaride yenilik, otelin iç-dış mimarisinde sürekli yenilenme içerisinde olmasıdır. İç ve dış mekanlardaki farklılık ve yenilik dikkat çekici, sıra dışı tasarımlar ile mümkündür. İç dizaynda mobilya değişiklikleri ile mimari özelliklerin öne çıktığı

tasarımlar olmalıdır. Bu anlamda butik otelin ayırt edici cephesi ve fark oluşturan mekan karakterine sahip olması ile inovasyon sağlanabilmektedir (Yılmaz, 2018; Zengin ve Dursun, 2017). Mekandaki görsel öğelerde renk, armoni, ritim, süreklilik, bütünlük vb. ilkelerin kullanılması ile mimaride inovasyon desteklenmektedir.

Aydınlatmada yenilik, otelin görünümünü güçlendirmesi açısından oldukça önemlidir. Aydınlatmanın görsel konfor, güvenlik, kullanıcıyı yönlendirme, mekandaki belirli detayları ve nesnelere vurgulama gibi farklı işlevleri bulunmaktadır. Yatak başlıklarında led okuma armatürleri bulunması, iç-dış mekanda gizlenmiş aydınlatma sistemleri oluşturulması, odalarda renk ve aydınlatma düzeyi isteğe göre değişen ışıklandırma seçeneklerinin bulunması şeklinde örnekler mevcuttur (Durna ve Babür, 2011). Butik otellerde ayarlanabilir ışıklandırma sistemleri, yatak başı armatürleri ve duvar aplikleri ile aydınlatmada yenilik sağlanmaktadır.

Teknolojide yenilik, otel işletmelerinin değişim ve yenilikleri yakalayabilmek adına otel içerisinde yeni ürün ya da uygulamaları barındırmasıdır. Mobil uygulamalar ile anahtara gerek duyulmadan odalara giriş yapılması, ıslak hacimlerdeki muslukların fotoselli olması gibi kullanıcıların konforuna yönelik yenilikler uygulanmaktadır (Durna ve Babür, 2011). Çeşitli mobil uygulamalar, sanal gerçeklik ve sosyal ağ hizmetleri turizm hizmetlerini geliştiren akıllı teknoloji örnekleridir. Kaynakların ve hizmetlerin verimliliğinin artırılması ile sürdürülebilir bir büyüme modeli sağlanmaktadır (Çelik ve Topsakal, 2017). Bu nedenle butik otellerde teknolojik yenilik ile sürdürülebilirlik arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır.

Odalarda yenilik, mekan içerisinde kullanıcıların memnun kalmasını sağlayacak küçük yenilikçi detayların düşünülmesidir. Konfor ve rahatlığa yönelik bu girişimler; kişiselleştirilmiş otel odaları, engelli bireylere yönelik tasarımlar, kişiye özel oda kokuları, bebekli aileler için özel eşyalar olarak sıralanabilir. Bu bağlamda butik otellerde odalarda yeniliği özgün donatı elemanları, mekansal konfor, termal konfor ile bağdaştırmak mümkündür.

Lobide yenilik; mekandaki aydınlatma, düzenleme ve tasarım kararlarıyla görsel konfor sağlanmasıdır (Durna ve Babür, 2011). Mimari ve dekorasyondaki yenilikler mekanda yansıtılarak yenilik gerçekleştirilmektedir. Cephe kadar önemli olan butik otel lobileri karakter/kimlik, renk, malzeme/doku, zıtlık, özgün donatı elemanları ve aydınlatma elemanlarının kullanımı ile yenilikçi bir tarza ulaşmaktadır (Yılmaz, 2018). Armoni/uyum, ritim ve görsel algılama ilkeleri ile inovasyonu desteklenmektedir.

Döşemeler ve aksesuarlarda yenilik; eski, tek düze donatılar yerine otelin tasarımına uygun yenilikçi bir anlayışla tasarlanmış mobilya ve döşemelerin kullanılması şeklinde ifade edilmektedir. Otelin mimarisi ve tasarımıyla bütünlük içerisinde olmaları önemlidir. Oturma ünitelerinde kolay temizlenebilen ve yanmaya karşı dayanımlı özel dokuma malzemelerin kullanılması, özel tasarıma sahip tablo, saat gibi aksesuarlar kullanımı gibi yenilikçi örnekler vardır (Durna ve Babür, 2011). Butik otel mekanlarında özgün donatı elemanları, kullanılan dekoratif ve işlevsel malzemeler ile sağlanan inovasyon diğer mimari tasarım öğeleriyle de desteklenmektedir.

Yüzme havuzlarında yenilik, havuz çeşitliliği ve kalitesi ile ölçülmektedir. Kapalı yüzme havuzlarının açılır kapanır bir mekanizma ile yarı şeffaf tasarlanması havuzun tavanlarındaki nem ve buharlaşmayı önleyecektir. Açık-kapalı yüzme havuzlarının çevresinde döşeme malzemesi olarak mermer yerine sudan etkilenmeyen, kayganlığı önleyen, ağaç doğrama malzemenin tercih edilmesi gibi örnekler mevcuttur (Durna ve Babür, 2011). Mekana uygun malzeme/doku tercihi ve esnek yüzme alanları ile yüzme havuzlarında yenilik yapmak olasıdır.

Dekorasyonda yenilik, otellerin kimliklerini ön plana çıkaran materyalleri kullanmalarındır. Butik otel kullanıcılarının rahat ve huzurlu mekan gereksinimleri, tasarımda renk ve mobilya seçimini önemli kılmaktadır. Mekan içerisindeki büyük boy akvaryumlar, hem dinlendirici olması hem de canlılık sağlaması ile dikkat çekmektedir. Kapalı mekanlarda doğal, yapay çiçekler ve onların ışıklandırılması, dekorasyonla uyumlu vazolar dekoratif bir görünüm sağlamaktadır (Yalgın, 2021). Dekorasyonda yenilik, modern, antika özelliği olan özgün donatı elemanlarının iç mekanda kullanılması ve mekana uygun renk tercihleri ile gerçekleştirilmektedir.

Banyoda yenilik, otel odalarındaki banyo tasarımlarının kullanışlı ve estetik şekilde tasarlanmasıdır. Bu yenilikler teknolojik olarak suyun rengini değiştiren duş başlıkları, müzik sistemleri, dokunmatik ekran ayna, akvaryum lavabo, gürültüsüz saç kurutma makinesi şeklindedir (Durna ve Babür, 2011). Banyoda yenilik, odalarda yenilikte olduğu gibi özgün donatı elemanları, teknolojik aletler, yenilikçi malzemeler, mekansal konfor ve termal konfor ile sağlanmaktadır.

Çevre duyarlılığında yenilik; çevre dostu anlayışla enerji kaybının minimuma indirilmesi amacıyla yapılan faaliyetlerdir. Butik otellerde bireysel kullanım alanlarında sensörlü ürünler tercih edilmesi, atık yönetimi gibi çevreye duyarlı çözümler sunulması maliyetleri de azaltmaktadır (Durna ve Babür, 2011). Sürdürülebilir tasarım anlayışıyla mekanların tasarlanması yenilikçi ve çevre dostu olması açısından oldukça önemlidir.

Restoranda yenilik; mekandaki masa, sandalye, aksesuar gibi donatıların uyum içinde ve modern çizgide, farklı kültürlerin beğenisini sağlayacak biçimde tasarlanmasıdır. Yeme-içme mekanlarındaki donatıların fonksiyonel, estetik ve ergonomik olması beklenmektedir. Dekorasyonun dikkat çekici ve farklı tasarımlarda olması mekanı tek düze olmaktan uzaklaştırmaktadır (Yalgın, 2021; Durna ve Babür, 2011). Otellerin restoran/kafe bölümlerinde kütüphanenin bulunması, sanat ya da müzik köşeleri oluşturulması gibi yenilikler de mümkündür. Renk, malzeme/doku, zıtlık, özgün donatı elemanları ve aydınlatma elemanlarının kullanımı ile restoranda yenilikler görülmektedir.

Personel üniformasında yenilik; otellerdeki yenilikçi anlayışın personel üniformalarına yansıtılmasıdır. Kurumlar kimlik imajlarına ve konseptlerine uygun özel tasarımlar oluşturmalıdır. Antalya'daki Titanic Otel çalışanlarının denizci kıyafeti giymeleri gibi yenilikçi yaklaşımlarla sıkıcı normların yerini farklılıklar almaktadır. Butik otelin karakteri/kimliği personel üniforması tasarımında belirleyici olmaktadır.

Güvenlikte yenilik; otel kullanıcılarına daha güvenli bir ortam sağlamak için güvenlik sistemlerinin geliştirilmesidir. Otel içinde ve dışında güvenlik sistemlerinin yaygınlaştırılması, otel odalarında özel çelik kasaların bulundurulması, yangına karşı güvenliği sağlayan malzemelerin kullanılması ve acil kaçış koridorlarının planlanması gibi önlemler alınmaktadır (Opak, 2009). Butik otellerin odalarda ve otelin genelinde güvenli olması mimaride güvenlilik olarak ele alınmıştır.

Yapılan inovasyonlarda daha önce verilmeyen bir hizmetin verilmesi şartı yoktur (Vatan, 2010). Konaklama yapılarında mevcutta sunulmakta olan hizmetlerin daha çok kullanıcıya hitap edecek şekilde değiştirilmesi, farklılaştırılması da inovasyon yapmak anlamına gelmektedir.

2.2.1. İnovasyon Çeşitleri

İnovasyon her alanda gerçekleştirilebilmektedir. Literatürde inovasyon türleri; nitelik, ortaya çıkan farklılaşma, kullanıldıkları alanlar ve teknoloji kullanımı bağlamında ele alınmakta ve değişiklik göstermektedir. Bu sınıflandırmalar genel olarak 'ürün inovasyonu', 'süreç inovasyonu', 'organizasyonel inovasyon' ve 'pazarlama inovasyonu' şeklindedir (Sakaryalı, 2014).

Yenilik kavramı araştırmacılar tarafından birçok farklı şekilde algılanmakta ve incelenmektedir. Linder vd. (2003) yeniliği "değer yaratan fikirlerin uygulanması" şeklinde tanımlarken, Zerenler vd. (2007) eskiye göre yenilik kavramının algılanma

biçiminin değiştiğini ifade etmektedir. Bu anlamda günümüzde yenilik, tekrarlanabilen, geliştirilebilen, sistemleştirilebilir bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Buna bağlı olarak literatürde yenilik türlerine yönelik olarak çeşitli sınıflandırmalar bulunmaktadır. Şekil 2.6'da sınıflandırılan yenilik türleri otel işletmelerinin birçoğunda kullanılmaktadır (Erdem vd., 2011).

Araştırmacı (lar)	Yenilik Türleri
Tushman ve Nadler (1986)	- Ürün yenilikleri - Süreç yenilikleri
Zaltman ve diğerleri (1973)	- Planlı ve plansız yenilikler - Nihai ve yardımcı yenilikler - Radikal yenilikler
Damanpour (1991)	- Yönetimsel ve teknik yenilikler - Radikal ve kademeli yenilikler - Ürün ve hizmet yenilikleri
Güleş ve Bülbül (2004)	- Radikal ve kademeli yenilikler - Ürün ve süreç yenilikleri
Savaşçı ve Kazançoğlu (2004)	- Teknolojik ürün yenilikleri - Teknolojik süreç yenilikleri - Organizasyonel yenilikler
Christensen (1995)	- Organizasyonel yenilikler - Teknolojik yenilikler - Sunumsal yenilikler
Zmud (1982)	- Ürün yenilikleri - Süreç yenilikleri
Zerenler ve diğerleri (2007)	- Ürün ve süreç yenilikleri - Radikal ve kademeli yenilikler - Organizasyonel ve pazarlama yeniliği

Şekil 2.6. İnovasyon türleri (Erdem vd., 2011).

2.2.1.1. Ürün/Hizmet İnovasyonu

Ürün/hizmet inovasyonu sahip olduğu özellikler bakımından ürünün mevcuttan farklı, yeni ya da önemli ölçüde iyileştirilmiş bir ürün ya da hizmete dönüştürülmesidir. Bu durum teknik özellik, malzeme, işlevsel özellikler gibi alanlarda iyileştirmeyi içermektedir. Ürünün teknik özelliklerinde küçük değişiklikler yaparak yeni bir kullanım şekli geliştirmek mümkündür (Oslo Kılavuzu, 2005).

Turizmde yenilik bir diğer yönüyle turizmde ürün çeşitlendirme (ürün inovasyonu); yeni ürün geliştirme, destekleyici ürün ve ürünü farklılaştırma olarak üç şekilde gerçekleştirilmektedir. Tüketici tarafından kendisine talep yaratabilecek, mevcut turistik ürünlerle rekabet oluşturabilecek ürünler, yeni ürün olarak değerlendirilmektedir. Bu ürünlerin bağımsız turistik cazibe merkezi olması, tek başına turistlerin ilgisini çekebilmesi oldukça önemlidir. Turizm ürününün farklılaştırılması ise var olan üründe yapılan değişiklikleri ifade etmektedir (Zengin, 2019). Turizmde hizmet inovasyonu ise, kullanıcı memnuniyetine yönelik mevcut hizmetin daha iyi şekilde sunulması ve hizmetin farklılaştırılmasıdır.

Butik otellerin iç mekanda yeni konsept, yeni ürün ve hizmetlerle inovasyonu sağladıkları görülmektedir. Yenilenen butik otellerin hizmet inovasyonu; renk, malzeme/doku, armoni/uyum, zıtlık, tekrar/ritim, donatı elemanları, bütünlük/birlik, benzerlik, süreklilik, güvenlilik, aydınlatma, hijyen/temizlik, termal konfor, akustik, teknolojik donanım olarak on beş madde ile bağlantılı şekilde değerlendirilecektir.

2.2.1.2. Süreç İnovasyonu

Süreç inovasyonu yeni veya iyileştirilmiş üretim veya dağıtım yönteminin geliştirilmesi ve uygulanmasıdır (Oslo Kılavuzu, 2005). Süreç inovasyonun üretim veya teslimat maliyetlerini azaltmak, kaliteyi artırmak, yeni veya iyileştirilmiş ürünler üretmek şeklinde üç farklı amacı bulunmaktadır (Kanter, 2006).

Turizm işletmelerinde süreç yeniliğinin gerçekleştirilmesi, kalite ve güvenilirliğin iyileştirilmesine imkan sağlamaktadır. Her kademedeki personelin yaratıcı düşünceleri doğrultusunda üretim sürecine dahil olmaları, online rezervasyon sistemlerinin geliştirilmesi, hizmet içi eğitim sürecinin iyileştirilmesi, birimlerin işlerini daha etkin biçimde gerçekleştirmesi yönündeki faaliyetlerdir (Vatan, 2010). Süreç inovasyonunun butik otel mimarisinde karşılığı olmadığı için kapsam dışı bırakılmıştır.

2.2.1.3. Pazarlama İnovasyonu

Ürünün tasarımı, paketlenmesi, konumlandırılması, ürün tanıtımı veya fiyatlandırması konusunda değişiklik ve yenilikleri içerir. Pazarlama yenilikleri, müşteri ihtiyaçlarına daha başarılı bir şekilde cevap vermeyi, yeni pazarlara ulaşmayı ve daha iyi hizmet sunmayı amaçlamaktadır (Zengin, 2019).

Pazarlamada amaç kullanıcı davranışlarını ve yaşam tarzlarını etkilemektir. İşletmelerin tüketicilerin istekleri doğrultusunda kendi ürün ve hizmetlerini sunabilmek

için tüketicileri ürüne çekecek şekilde stratejilerini değiştirmeleri, farklılaşma yoluna gitmeleri oldukça önemlidir (Yetiş, 2015). Butik otel işletmelerinde kullanıcı tatmini ve bağlılığı oluşturan pazarlama inovasyonu, otelin başarılı olmasını sağlayan önemli bir kriterdir.

Etkin bir pazarlama alanı oluşturabilmek için Öztürk (2017) pazar bölümlendirmesine yönelik temel özellikleri ölçülebilirlik, ulaşılabilirlik, yeterlilik, ayırt edilebilirlik, harekete geçirebilirlik olarak sıralamaktadır. Kullanılan ürünlerin tüketici için bir sembol, simge haline gelmesi var olan ürün ya da hizmetin yeniden konumlandırılmasını gerektirmektedir. Bu anlamda yeni konseptlerin denenmesi ile otel imajında değişiklikler, mobilya tasarımlarında yenilikler vb. pazarlama açısından önemlidir (Öztürk, 2017). Sosyal medyanın butik otelin mimarisinin ve diğer özelliklerinin tanıtımı kapsamında etkin kullanımının sağlanması, özgün tasarım anlayışının yazılı, görsel ve grafiksel anlatımla sunulması gibi teknoloji ile bağlantılı pazarlama yöntemleri mevcuttur. Pazarlama inovasyonunda etkili olan bu faaliyetlerin mimarideki karşılığı ise konum etkisi, yönelme, ulaşım, ayırt edicilik, kent dokusuna uyum, okunabilirlik ve karakter/kimlik olarak belirlenmiştir. Butik otelde ilk izlenimi oluşturan dış cephe değerlerinin otelin pazarlanmasında oldukça etkili faktörler olduğu düşünülmektedir.

2.2.1.4. Organizasyonel İnovasyon

Bir işletmenin ticari uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde iş tekniklerini ve yöntemlerini geliştirmesi, yenilemesidir (Oslo Kılavuzu, 2005). Bu şekilde gerçekleştirilen geliştirme, farklılaştırma ve yenileme faaliyetleri organizasyonel yenilik olarak adlandırılmaktadır. Herkes tarafından daha kolay erişilebilir olabilmek için yeni uygulamalar ve veri tabanlarının kullanılması, çalışanların gelişimine yönelik eğitimler sağlanması, çalışma yöntemlerinin geliştirilmesi gibi sistemleri yenilemek adına yapılan girişimler bu türden yenilik faaliyetleridir (Çınar, 2017).

Butik otellerde değişimi ve yeniliği sağlamak adına organizasyona yönelik bazı kararların mekansal anlamda karşılığının esneklik, işlevsellik, sirkülasyon, mekânsal konfor ve teknolojik donanım olduğu belirlenmiştir.

2.2.1.5. Sosyal İnovasyon

Sosyal inovasyon, kültürel, sosyal, ekonomik toplumsal sorunlara çözüm bulmak amacıyla gerçekleştirilen yeni ya da iyileştirilmiş uygulamalar, girişimler ve hizmetlerin uygulanmasıdır. İşletmeler için personel uygulamaları, çevre uygulamaları, sosyal uygulamalar, sosyo-ekonomik uygulamalar şeklinde alt başlıklara ayrılabilir (Topsakal ve Yüzbaşıoğlu, 2017).

Sosyal inovasyon, yenilenebilir enerji üretilmesi, iklim değişikliği için önlemler alınması, atık yönetimi uygulanması, halka açık alanlar/mekanlar oluşturulması, engellilere yönelik tasarımların planlanması şeklinde sıralanabilir (Zengin, 2019).

2.2.2. Konaklamada İnovasyon ve Önemi

Turizm olgusu yaşanan çağın kültürel ve ekonomik şartlarıyla birlikte içerisinde birçok farklı alanı barındıran ve etkilenen bir konumdur. Turizmde inovasyon, sektördeki rekabet ortamına uyum sağlamak ve üstünlük elde etmek için turizm arzını artırmaya ve farklılaştırmaya yardımcı olmaktadır. Temel amaç, mevcut ve potansiyel kaynakları etkin şekilde değerlendirerek turizm faaliyetlerini sürdürülebilir kılmaktır. Turizm planlaması yapılırken işletmelerin klasik turizm dışında sahip olduğu tarihi, kültürel, doğal kaynaklarının ulaşılabilir olması ve hedef kitlesinin çekim noktası haline getirilmeleri gerekir. Bu aşamada tüketicinin beklentileri doğrultusunda talep edilen ürünlerin sunulması oldukça önemlidir.

Üretildiği yerde tüketilmesi zorunluluğu, turizme katılacak kişilerin karar verme süreçleri, turizmin belli aylarda yoğunlaşması ve turizm alanlarının dengesiz dağılımı gibi turizmin bazı dezavantajları bulunmaktadır. Turizm ile inovasyon ilişkisi incelendiğinde turizmin dezavantaj olan özellikleri inovasyon ile avantaj haline getirilebilmektedir. Konaklama yapılarındaki küçük bir inovasyon daha iyi bir hizmet olarak süreklilik arz ettiğinde tüketici için çekici hale gelmektedir. Yılın belirli aylarında olan yoğunluk, bölgesel ya da ulusal inovasyon yapılarak problem olmaktan çıkmaktadır (Vatan, 2010). Aynı zamanda yenilik faaliyetleri sonucunda maliyetlerden tasarruf edilmekte, daha fazla kar ve rekabet avantajı sağlanmaktadır. Bu bağlamda otel işletmeleri kendi içinde birtakım yenilikçi yaklaşımlara yönelmişlerdir. Otelin mimari tasarımında ya da otelin enerji maliyetini düşürme ve verimliliğini artırma konularında yenilikler yapılmaktadır (Adabalı, 2015).

Turizm sektöründeki yenilikçi konaklama yapılarına örnek; çevreye duyarlı, sosyal sorumluluk anlayışının bir ürünü olan ‘‘yeşil otel’’ diğer adıyla ‘‘sürdürülebilir

otel’’dir. Bu oteller; daha az atık üretimi, geri dönüşebilir malzeme kullanımı ve enerji su tasarrufu gibi konulara odaklanarak sürdürülebilir malzeme ile inşa edilmektedir. Çevre kirliliği sorununa büyük ölçüde çözümler sunmaktadır (Zengin, 2019). Bir diğer inovatif faaliyet olarak ortaya çıkan ve ülkemizde yaygınlaşan girişim, ‘‘butik otel’’lerdir. Kullanıcıların farklı beklentilerine cevap verebilen hizmet-konfor-tasarım standartları oldukça yüksek bu oteller, bölgesel kalkınmaya katkı sağlayarak yerel küçük işletmelerin rekabet güçlerini artırmaktadır. Bunun sonucu olarak turizm sektöründe yenilikçi fikirler, yeni konseptler denenmektedir.

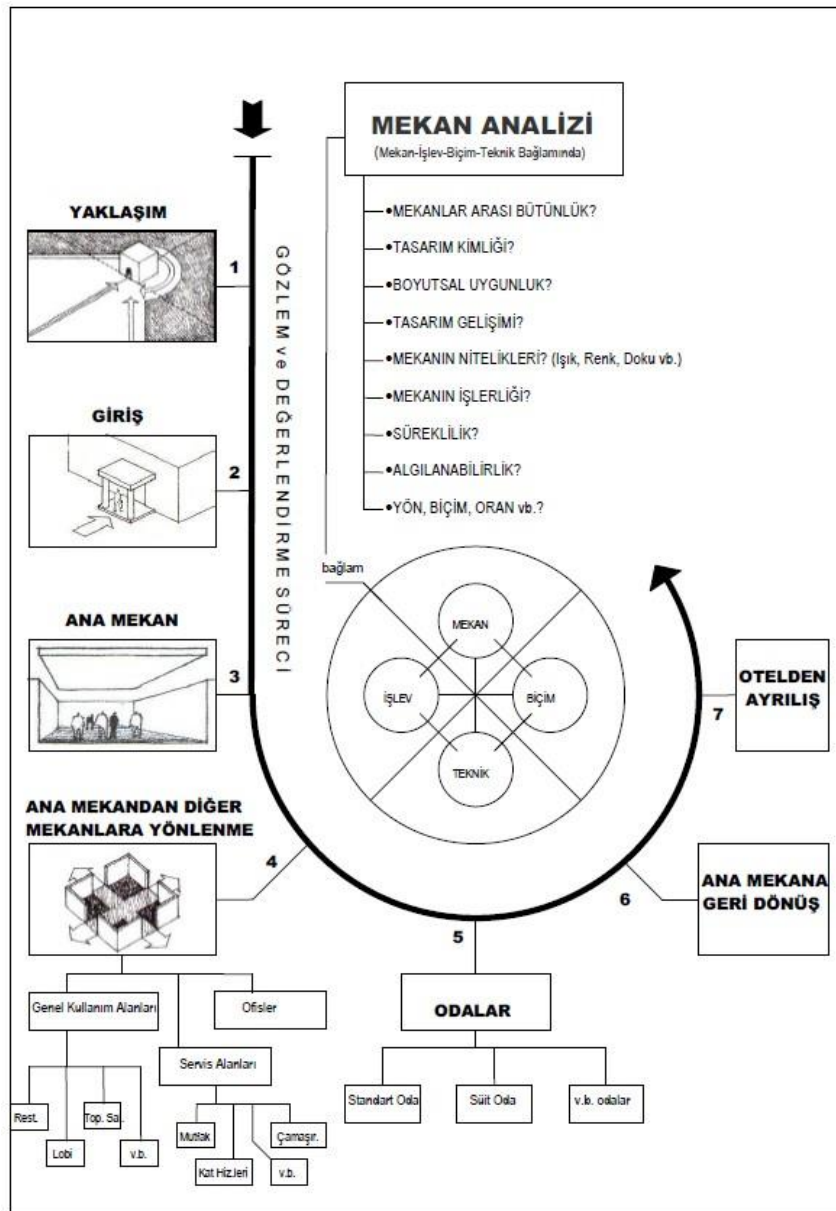
2.3. Yenilenen Butik Otellerin Mimari Değer Kriterleri

Tasarım sürecinde işlevsel, teknolojik, ekolojik, sürdürülebilir, ekonomik, biçimsel ve estetik yaklaşımlar bir bütün olarak ele alınmaktadır. Bu yaklaşımların bir araya gelmesiyle bina programı oluşmakta ve yapı şekillenmektedir (Öktem, 2007).

Akman (2020), mekan üzerinde kullanıcı gereksinimlerini şu şekilde sıralamaktadır:

- Kültürel ve toplumsal çevre özellikleri
- İşleve uygun mekan büyüklüğü
- Mekandaki işlevsel alanlar
- Mekanın aydınlatma ve havalandırması
- Mekansal donatılar
- Mekandaki eylemler
- Görsel ve işitsel mahremiyet
- Mekanın doku renk, biçim gibi estetik özellikleri

Apaydın (2007) otellerin mekân analizini yaparken izlenecek kapsayıcı bir yöntem geliştirmiştir (Şekil 2.7).



Şekil 2.7. Mekan analiz şeması (Apaydın, 2007)

Yenilenen butik otellerin tasarım kriterleri kullanıcıların mekan kullanımına yönelik psikolojik, fizyolojik ve sosyal ihtiyaçları doğrultusunda, dış mekân ve iç mekân başlıkları altında ele alınacaktır.

2.3.1. Yenilenen Butik Otellerin Dış Mekâna Yönelik Tasarım Kriterleri

Kişi bilinçli olarak ya da olmayarak hareketleriyle bir yön çizme eylemi gerçekleştirmektedir. Otel yapılarının şehir içindeki konumları, kişinin şehrin önemli noktalarına nasıl ulaşacağı, hangi ulaşım araçlarını kullanacağı, gitmek istediği yere hangi yaya yolu üzerinden varabileceği gibi birçok karmaşık işlem mevcuttur. Kent ölçeğinden

başlayıp otele olan yönlenmeye kadar giden bir süreç söz konusudur (Hasgül, 2011). Otelin konumu, erişilebilirliği, algılanması, kent dokusuna uygunluğu bunlardan bazılarıdır.

Konum/Etkisi

Konum konaklama yapıları için en önemli unsurlardan biridir. Daha görülür ve hissedilir konumdaki yapıların hatırlanabilirliği yüksektir.

Butik oteller genellikle kent merkezinde ya da tarihi kent dokusu içinde konumlanmaktadır. Kullanıcılar için tarihi ve turistik bölgelere yakın olmak, tarihi kent dokusunu hissetmek önemli olmaktadır (Can, 2014). Bu nedenle yakın çevresinde ziyaret edilebilecek müze, tarihi ve kültürel yapılar, birçok farklı kullanıcıya hitap edecek işlevlerin bir arada bulunduğu kent merkezinde konumlanmış butik oteller daha avantajlı durumdadır. Genellikle şehir merkezinde konumlanmalarına rağmen son yıllarda kırsal kesimde de yaygınlaşmaya başlamıştır. Kent merkezinde, tarihi doku içerisinde ya da tarihi yapılara yakın butik oteller bu bağlamda konumu açısından inovasyonu destekleyen bir kriterdir. Bu şekilde butik otellerin çeşitlenmesi aşağıdaki gibi sıralanmıştır.

- a. Butik otelin kent merkezinde olması
- b. Butik otelin tarihi doku içerisinde olması
- c. Butik otelin tarihi yapılara yakın olması

Yönlenme

Yön bulma kavramı, belirli bir hedefe ulaşmak için yapılan doğru yönlenme davranışları olarak ifade edilmektedir. Kent ölçeğinden iç mekan ölçeğine; insanların kaybolma sorununu çözmeyi ve ulaşmak istediği noktaya en kısa zamanda ve en az enerji harcayarak ulaşabilmelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Yön bulma davranışının ideal koşullarda gerçekleşebilmesi, herhangi bir ortamda kişinin ulaşmak istediği noktaya kolaylıkla erişebiliyor olması ile mümkündür (Karacakaloğlu, 2011; Hasgül, 2011).

Yönlendirme, mekan etkisi oluşturan bahçe ve bitkisel unsurlar, mekanları birbirine bağlayan yollar, grafiksel ve metinsel işaretler gibi çevresel uyaranlarla sağlanabilmektedir (Atabeyoğlu ve Bulut, 2007). Ziyaretçiler için numaralandırma, işaret ve dijital uygulamalar yoluyla yönlendirme sistemleri de mevcuttur. Yapının çevresinde kolay dolaşımın sağlanması, görsel ve iletişimsel tutarlılık, iç ve dış çevre uygulamalarının bütünselliği etkin bir yönlendirme için önemlidir. Bölgede navigasyonu sağlayan anıt, bina veya ağaç vb. belirgin çevresel imgeler bulunabilmektedir. Bu nesnelerin referans olarak kullanılmasıyla yönlendirme sağlanabilir (Yum, 2021). Yön bulmada, çevrenin mekânsal düzeni ve dolaşım sisteminin yanında mimari ve grafik

anlatımlı işaret sistemleri, mekanın giriş çıkışları vb. birçok etken söz konusudur (Sönmez ve Önder, 2015).

Kişinin yabancı olduğu şehirde yön bulması ve konaklama yapılarına yönelmesi sürecinde, otelin konumlandığı yapı çevrenin ve otelin giriş mekanının kolay algılanması, çevresinde referans olarak kullanılabilir imgelerin bulunması oldukça önemlidir. Butik otellerin birçok yönden algılanabilir bir konumda olmasını ifade eden yönelme, inovasyonu destekleyen bir kriter olarak butik otellerin değerlendirilmesinde ele alınmıştır.

Ulaşım/Erişilebilirlik

Erişilebilirlik, kişinin bir başkasına ihtiyaç duymadan özgür ve rahat bir şekilde istenilen yere ve hizmete güvenli olarak ulaşabilmesidir (Çağlar, 2012).

Kentsel anlamda şehre ulaşımı sağlayan havayolu, karayolu, demiryolu, denizyolu vb. birçok alternatif ulaşım imkanı sağlanmalı ve mevcut ulaşım ağlarının niteliği iyileştirilmelidir. Konaklama yapılarında ise kullanıcıların özel araç, taksi, toplu taşıma ya da yürüyerek gelebilecekleri öngörüsüne dayanarak bir planlama yapılması gereklidir. Kent merkezi ile butik otel arasında yürüme yolu, bisiklet yolu gibi motorsuz alternatif ulaşım imkanlarının sağlanması inovasyonu destekleyen yenilikçi bir yaklaşımdır (Keskin, 2015). Bu doğrultuda butik oteller her türlü ulaşımına uygun bir noktada tasarlanmalıdır.

Engelli Erişimi

Engelli bireylerin sosyal imkanlardan diğer insanlarla eşit oranda faydalanabilmesi ve yapı çevreye erişim olanaklarının iyileştirilmesidir (Çağlar, 2012).

Engelli ve yaşlı bireyler için en düşük eğimler dahi sorun oluşturabilmektedir. Bu nedenle temel servisler aynı seviyede olmalı, ana girişlerde ciddi kot farklılıklarından kaçınılmalıdır. Kot farklılıkların gerekli olduğu durumlarda rampalar ve asansörler sağlanmalıdır (Opak, 2009). Bu bağlamda tüm kullanıcıların konaklama deneyimlerinin sorunsuz gerçekleşmesi hedeflenmeli ve inovatif anlayışta erişilebilir çevre çözümleri sunulmalıdır.

Ayrıntı Edicilik

Otelin dış görünümü ilk izlenim ve algılama açısından oldukça önemlidir. Bu nedenle kullanıcının otel seçiminde en çok göze çarpan alan olmaktadır. Dikkat çekici tasarlanan cephe ve giriş mekanları, otel içerisine girip gezme fırsatı olmayan kişilerin dışarıdan dikkatlerini çekerek kararlarında etkili olmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda

kullanıcılara alınacak hizmet ve bulunacakları ortam hakkında küçük bilgiler vermektedir (Yolcu, 2006).

Bir konumun diğerleri tarafından farklı görünmesi olarak ifade edilen ayırt edicilik, cephe elemanlarının belirgin olması ve yakın çevresindeki yapılardan ayrılmasını sağlayan bir kimliğinin olmasıdır. Bu fiziksel farklılaşma biçim, işaret, renk, aydınlatma ve detay çözümleri ile sağlanabilmektedir (Sönmez ve Önder, 2015).

Giriş bölümünde yapısal olarak en dikkat çeken yapı elemanı otelin saçağı ve giriş kapısıdır. Bu mekanlar kullanıcı tarafından rahat ve kolay algılanabilmeli, zengin bir görünüme sahip olmalıdır (Yolcu, 2006). Butik otelin cephe karakterinin net, belirgin ve dikkat çekici bir tasarıma sahip olması inovasyonu sağlayan önemli bir kriterdir.

Kent Dokusuna Uyum

Kentsel doku, iki ve üç boyutlu kentsel donatı elemanlarının bir araya gelmesiyle, zaman, mekân, kültür, iklim vb. değişkenler sonucu farklılaşan ve değişen örüntüler bütünüdür (Kürkçüoğlu ve Ocakçı, 2015).

Kent dokusundaki yapıların analizi konusunda çevresel konum, kütleli devinim ve cephe örgü sistemi şeklinde tasarım parametreleri vardır. Yapının gabarisi, yüksekliği, çatı çizgisi anlamına gelen kütleli devinim değerleri butik otellerin kent dokusuna uyumu kapsamında inovasyonu destekleyen kriter olarak ele alınacaktır. Çağdaş malzeme, teknoloji vb. kullanımıyla gerçekleşen zıt yaklaşımlar da karşıtlığın uyumluluğu olarak değerlendirilmektedir (Enç, 2009).

Okunabilirlik

Okunabilirlik, yapı ve yapısal çevrenin anlaşılabilir olması, kolaylıkla fark edilmesi ve yön bulma kolaylığı şeklinde tanımlanmaktadır. Bu alanlar daha okunaklı, algılanabilir mekanlar haline dönüşmektedir (Akça, 2008). Yön bulma ise zihinde imge oluşmasını sağlayarak mekânı deneyimleyen bireylerin zihinlerinde bir imaj oluşturmaktadır (Köseoğlu, 2012).

Çevrenin okunabilirliği çevresel imaj ile bağlantılıdır. Şekil, renk aracılığıyla oluşturulan kimlik ve tanımlayıcı zihinsel imajlar okunabilir bir çevreyi oluşturmaktadır (Kancıoğlu, 2005). Okunaklılık, yapının tanımlı ve belirli öğelerle kurgulanması, güçlü bir imgeye sahip olması ile mümkündür. Cephe karakterinin oluşumunda mekan bileşenlerinin çeşitliliği ve doğru şekilde kurgulanması bütünlüğü ve sürekliliği sağlamaktadır. Bu sayede görsel karmaşa engellenmektedir (Sönmez ve Önder, 2015). Bileşenlerin bir araya gelmesi ve malzeme seçimi ile tasarımın bütünde otel kimliğini yansıtması anlamında okunabilirlik, inovasyonu sağlayan kriter olarak ele alınmaktadır.

Manzara

Manzara, dış çevre-mekan arasında bağlantıyı sağlayan önemli bir ögedir. Oteller, imar durumu ve çevresel şartların izin verdiği ölçüde genellikle deniz, tarihi yapı, ana cadde, yeşil alan gibi manzaralara yönelmektedir (Pınar, 2009).

Oteller bulunduğu konum ve manzara özelliklerine yönelik tasarım kararları ile dikkat çekmektedir. Mekanların peyzajla veya manzarayla görsel ilişki kurabilmesi mekânsal zenginlik açısından önemli olmaktadır. (Öztaş, 2019; Opak, 2009). Misafir odalarının değerli manzaralara yönelmesi, inovasyonu destekleyen bir kriter olarak değerlendirilecektir.

Karakter/Kimlik

Kimlik, bir varoluş tarzının ürünüdür. Kimlik kavramının birey, grup, toplum, kent, mekân, kurum için farklı tarifleri bulunmaktadır. Kentlerin genel karakteri, bulunduğu doğal çevrenin, yapılanmaların, peyzaj düzenlemelerinin mimari ve tarihsel özelliklerinin birikimi sonucu oluşur. Mekânın kimliği olarak tanımlanabilecek karakter; kentin coğrafi, jeolojik, tarihi, kültürel özellikleri, iklimi, dokusu, ekonomik ve teknolojik faktörlerine bağlı olarak farklılıklar gösterir (Tolongüç, 1992).

Mekânsal kimlik kısaca “görsel bütünlüklerin tamamı” olarak ifade edilebilir. Bir mekânın karakteri, o yeri diğerlerinden farklı kılan benzerlikleri ve birliktelikleri ile meydana gelmektedir. Bu kimlik, kullanıcı-mekân etkileşimine bağlı olarak gelişim gösterir. Mekanlardan alınan farklı uyarıcılar, kişide bir anlam oluşturur ve o mekân yer kimliği kazanır (Akkaş, 2019).

Günümüzde otellerin tercih sebeplerinin başında hatırlanabilirlik derecesi ve imaj gelmektedir. Butik otellerin farklılık yaratma ve farklı hissettirme anlayışı diğer otellerden ayırt edilmesini sağlamaktadır (Öktem, 2007). Özgün bir cephe ya da iç mekân karakterinin olması, kullanıcıda oluşturduğu yenilikçi imaj, otel tasarımı ve markalaşma açısından oldukça önemlidir.

2.3.2. Yenilenen Butik Otellerin İç Mekâna Yönelik Tasarım Kriterleri

Otel iç mekan tasarımında mekan birimlerinin organizasyon, görsel tasarım, görsel algılama ve fiziksel konfor ilişkilerine göre kurgulanması ile kullanıcının mekanı doğru algılaması ve yorumlaması sağlanmaktadır.

Görsel açıdan değerlendirilen renk, malzeme, biçim ve mobilya gibi öğelerin etkisiyle mekanlar şekillenmekte ve bu öğelerin kullanıcının zihninde anlam bulması ile algı oluşmaktadır (Lynch, 2010). Bu nedenle hacimlerin organizasyonu kadar kişinin

beğenisinde oldukça etkisi olan görsel tasarım ve görsel algılama unsurları da önemlidir (Döktür, 2018).

2.3.2.1. Mekansal Organizasyon

Organizasyon kavramı, düzenleme anlamına gelmektedir. *‘‘Birden fazla olguyu karmaşık bir halden kurtarmak ve belirli bir düzen içine sokmak’’* şeklinde tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2015).

Mekan kullanımını kolaylaştıran etkenlerden biri olan mekansal organizasyon, mekan içinde yapılacak işlerin düzene konulması ile kullanıcının neyin nerede olduğunu bilmesi konusunda yardımcı olmaktadır. Bu nedenle mekânsal organizasyon sağlanırken kişinin istek ve ihtiyaçlarını belirleyip gruplamak önemlidir. Bina programları içerisinde fonksiyonel ve boyutsal gereksinimler, esneklik, işlevsellik, mekanlar arası dolaşım, mekânsal konfor gibi unsurlar yer almaktadır.

Butik otellerde mekân organizasyonu, bu gereksinimler doğrultusunda dört şekilde ele alınmıştır.

Esneklik

Mimari tasarımda esneklik kavramı, değişen şartlara uyum sağlayabilme, zamana ve mekana göre şekillenebilme, açık plan sistemi, yeniden düzenleme ve organizasyon imkanı şeklinde bir çok farklı yaklaşımları barındırmaktadır. Birden fazla fonksiyon için aynı hacimden faydalanma imkanı olarak ifade edilebilir (İslamoğlu ve Usta, 2018; Opak, 2009).

‘‘Esneklik, ilk olarak, mimari düzenlemede birimlerin çeşitliliğini öngörmektedir. İkinci olarak, birimlerin zaman içinde uyabilir ve değişebilir olma özelliklerini içermektedir. Ve son olarak, binanın yeni fonksiyonları karşılayabilmesine olanak sağlamaktadır.’’ (İslamoğlu ve Usta, 2018).

Esneklik, kullanıcıların mevcut ve gelecekteki ihtiyaçları ile yakından ilgilidir. Zamana bağlı yaşanan hızlı değişimlere butik otellerin hızlı şekilde uyum sağlayabilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda mekanların kullanıcının değişen gereksinimleri karşılayan çok çeşitli işlevlere uygun tasarlanması gerekir. Değişim ve uyumun sağlanabilmesi için yapının esneklik kapasitesine bağlı olarak geniş mekanlar oluşturulmalıdır. Değişen rekabet koşulları ve teknolojik gelişmeler sonucunda esneklik, işletme faaliyetlerinde inovasyonu sağlayan önemli kriterlerden biri olmuştur.

İşlevsellik /Fonksiyonellik

Mimaride işlevsellik, binaların kullanım amacına ve işlevine göre tasarlanması gerektiği ilkesidir. Bir yapının ya da mekanın işlevsel yönden başarılı olması için ondan beklenen görevi yerine getiriyor olması gerekir. İşlevsel tasarım kullanıcı ihtiyaçlarını en kısa sürede karşılarken aynı zamanda görsel, duygusal ve ergonomik açıdan da kullanıcıya hitap eder (Bayram, 2011).

Butik otellerde giriş, ortak kullanım alanları, yatma mekanları ve bu mekanları birbirine bağlayan sirkülasyon alanlarının bütüncül bir yaklaşımla tasarlanması gerekir. Mekanların birbiriyle ilişkili olduğu bir tasarım amaçlanmalıdır (Karaata, 2020).

Tasarım aşamasında mekanı kullanacak olan bireylerin yaşantıları ve eylemleri etkindir. Mekansal işlevsellik butik otelin ihtiyaç programı doğrultusunda mekansal gerekliliklerinin fonksiyonel şekilde tasarlanmasıdır. Mekanların konumlanması ve birbirleriyle ilişkisi ile mekan içerisinde ve mekanlar arasında işlevsel gereklilikler sağlanmaktadır. Butik otellerde de en uygun konaklama deneyiminin oluşturulması için tasarım sürecinde kullanıcı gereksinimlerinin göz önünde bulundurulması ve yeniliği sağlayan işlevsel yaklaşımların düşünülmesi gerekmektedir.

Sirkülasyon

Sirkülasyon alanları, bina içerisinde mekanların organizasyonunu belirleyen önemli unsurlardan birisidir. Bir diğer adıyla binadaki dolaşım sistemleridir, fonksiyonel birimlerin birbirlerine bağlanmasını sağlar. Binanın yerleşim organizasyonunun ana belirleyicilerinden biri olan dolaşım sisteminde kullanıcılar hareket ederek ve yol tercihleri yaparak yönlerini bulmaktadır (Başoğlu, 2007; Hasgül, 2011).

Dolaşım sistemlerinin kolay algılanabilir şekilde konumlanması sayesinde çevresinde şekillenen mekanların kurgusu kullanıcı tarafından kolaylıkla fark edilmektedir. Mekan daha anlaşılır olmakta, kullanıcı bina içerisinde düşeyde ve yatayda kolaylıkla yönünü bulabilmektedir. Giriş çıkışların etkin, kesintisiz olacak şekilde düzenlemesiyle insan hareketleri kolaylaştırılmaktadır (Yolcu, 2009).

Mekânsal Konfor

Kullanıcının antropometrik gereksinimleri doğrultusunda bir eylemi toplu ya da bireysel olarak rahat şekilde gerçekleştirilebilmesi için mekanda gerekli büyüklüklerin oluşturulmasıdır. Aynı zamanda kullanıcıların buldukları mekandaki memnuniyetinin de göstergesidir. Mekansal konfor; kullanıcıya dair veriler, mekanın kullanımı, yapılacak eylemler ve donatı elemanları, dolaşım alanı ve mekan büyüklüğü ile yakından ilişkilidir (Altınok, 2007).

Konaklama sırasında kullanıcıların en az seviyede fiziksel güç harcayacakları şartlar ve yeterli genişlikte mekanlar oluşturulmalıdır. Ortak kullanım alanları ve yatak odalarının rahat ve ferah olması, donatılar arası mesafenin ideal genişlikte planlanması mekânsal konforun gerekliliğidir. Kullanıcıların kendilerini evlerindeymiş gibi konforlu hissetmeleri anlayışıyla mekanlar planlanmalıdır.

Butik otellerdeki birimler (giriş, lobi, bekleme alanı, resepsiyon, personel çalışma alanı, dolaşım alanları, merdiven ve donatı elemanları) antropometrik açıdan değerlendirilirken; mekanın kullanıcı yoğunluğuna göre büyüklüğü, donatılar arası mesafe ve donatı elemanlarının boyutlarının uygunluğu dikkate alınmalıdır. Kullanıcıların buldukları mekanda rahat hissedebilmesi için donatı elemanlarının yalın, işlevini en iyi şekilde karşılayan ergonomik özellikte tasarlanması ve konumlanması önemlidir (Bayram, 2011). Mekan büyüklüğü, donatı elemanları ve donatılar arası mesafeler ergonomik açıdan ele alınmalıdır. Bu şekilde aşağıdaki kriterlere dikkat edilmelidir.

a. Butik otelde lobi mekanlarında mekansal konforun sağlanması

Butik otel lobilerinin büyüklüğü ve donatıların yerleşimi kullanıcı yoğunluğuna göre değerlendirilmelidir.

b. Butik otelde yatak odalarında mekansal konforun sağlanması

Yatak odalarında ergonominin gerekli kriterlere uygunluğu kullanıcı memnuniyeti açısından oldukça önemlidir.

2.3.2.2. Görsel Tasarım

Görsel konfor, görme duyusuyla bağlantılı olarak fizyolojik ve psikolojik gereksinimlerin karşılanmasıdır. Görsel öğelerin estetik açıdan uyumlu olması tasarımın başarısını ve kullanıcı memnuniyetini etkilemektedir. Butik otellerde görsel tasarım ölçütleri; renk, malzeme/doku, armoni/uyum, zıtlık, tekrar/ritim ve donatı elemanları olarak belirlenmiştir.

Renk

Renk, mekanı oluşturan duvar, tavan, zemin ve mobilyalarla birlikte bir bütün halinde algılanmaktadır (Gezer, 2012). Rengin vermek istediği etki, rengin diğer renkler ile etkileşimi, yakınlığı, yoğunluğu, konumlanması, ışık ve malzeme faktörleri ile değişmektedir. Farklı renk türleri ya da aynı renk türüne ait yüksek doymuşluk derecelerindeki renk örnekleri ile mekanda renk kompozisyonu oluşturulduğunda kişide olumlu bir etki bırakılmaktadır. Donatılarda renk kullanılmayarak akromatik renk düzeni

oluşturulduğunda mekan monoton, sıkıcı, durağan şekilde algılanmaktadır (Manav, 2011).

Renk, binanın karakterini ve yansıtması istenen duyguları ifade etmek için bir araç olarak kullanılabilir. Mekanın sıcak, soğuk, samimi, rahat vb. sıfatlarla tanımlanması ve bir kimlik kazanmasında renklerin birlikteliğinin önemli bir yeri vardır. Mekan tasarımı için düşünülen renk, mekanın amacına ve ondan beklenen etkiye yönelik olmalıdır. Bazı yapıların güven vermesi veya bazılarının çarpıcı bir etki bırakması renklerin bilinçli şekilde mekan tasarımında uygulandığında mümkün olmaktadır. Bu bağlamda yapının kimliğinin doğru analiz edilmesi önemlidir. Örneğin konut, otel, hastane gibi rahatlık ve sükûnetin olması gerektiği yapılarda sert kontrastların, ağır renklerin kullanımından uzak durulmakta, genellikle yumuşak, sakinleştirici etkisi olan renkler tercih edilmektedir (Opak, 2009; Özbudak vd., 2003).

Renk seçimleri otelin faaliyet amacına ve hedef kitlesine göre değişebilmektedir. Butik oteller, yenilikçi, dinamik, samimi ve sıcak bir hizmet anlayışına sahip olduğu için ortak kullanım alanlarında canlılık ve neşe veren sıcak renklerin kullanımı yaygındır. Bütünde sıcak renk kullanımı ile samimi, davetkar bir ortam oluşturulmaktadır.

Malzeme/Doku

Yapı malzemesi şekli, bileşeni, kalınlığı, dokusu, yüzeysel modülasyonu ve yapıyı kaplama biçimi ile farklılıklar göstermektedir. Malzeme seçilirken mekanın kullanım ve anlamsal olarak iki boyutu da dikkate alınmaktadır. Mekanın işlevine uygun, dekoratif ve fonksiyonel olması gereklidir.

Doku, malzemenin yapısında var olan niteliği, onun yüzeysel özelliklerini ifade eder. Ancak dokunmayla kavranacak olanın görsel izlenimle anlam kazanmasıdır (Döktür, 2018).

Otel tasarımlarında kullanılan malzeme ve dokular kullanıcıda görsel ve psikolojik açıdan farklı duygular bırakabilmektedir. Dokulu pürüzlü yüzeyler düz dokulu yüzeylere göre mekanın daha sıcak ve samimi algılanmasını sağlamaktadır. Örneğin butik otellerde pürüzlü bir dokuya sahip olan halının kullanılması ile kullanıcıda sıcak ve yumuşak etki bırakmak hedeflenmektedir. Sirkülasyon alanları ile oturma alanları birbirinden ayrılmak ve sınırlandırılmak istendiğinde döşeme malzemesinin renk, biçim, doku ile farklılaşması kullanıcıda farklı bir deneyim oluşturmaktadır. Bu anlamda butik otellerde estetik, kullanımı ve temizliği kolay malzemeler tercih edilmelidir (Kozak ve Emeksiz, 2002). Malzeme seçiminde dikkat edilmesi gereken kriterler şu şekilde sıralanmıştır.

- a. Döşeme ve duvar malzemelerinin özgün, dekoratif olması
- b. Döşeme ve duvar malzemelerinin fonksiyonel olması

Armoni/Uyum

Mekanda kullanılan biçim, malzeme, doku, renk gibi öğelerin dağılımında görsel eşitlik olması denge olarak ifade edilir. Tasarımda amaca yönelik iyi bir düzenin oluşması, renk ve formların doğru bir kompozisyon oluşturmaları için armoni, birlik, denge gibi kavramların birlikte düşünülmesi gerekir. Amaç görsel estetik ve bütünlüğe ulaşmaktır (Ghorab, 2015).

- a. Mekansal boyut uyumu

Boyut genellikle insan ölçüleriyle değerlendirilen bir olgudur. İç mekanda insan önemli bir etken olduğu için mekan boyutlarının insan ölçeğiyle orantılı olarak meydana gelmeleri gerekir (Orhan, 2019). Otel yapılarında genel mekanların boyutları sirkülasyon yoğunluğuna ve otelin sınıfına göre değişmektedir. Mekan büyüklükleri belirlenirken tavan yüksekliği ile hacmin dengeli olması gerekir. Baskı ve sıkıntı hissinden kaçınmak için tavan yüksekliği ölçülerine dikkat edilmelidir.

- b. Mekandaki donatı malzemelerinin uyumu

Butik otelde lobi ve yatma mekanlarındaki donatı elemanlarının mekanın işleviyle ve mekandaki öğelerle görsel açıdan uyumlu olmasıdır. Mekan içinde uyum, aynı malzemenin farklı şekillerde kullanımı ile de mümkündür.

- c. Mekandaki renklerin uyumu

Armoni oluştururken dengeleyici olarak çoğunlukla grileşmiş renkler kullanılır. Grileşmiş renkler bir arada bulunduğu renkleri güçlendirmekte aynı zamanda canlı renklerden etkilenecek daha canlı hale gelmektedir (Canbolat, 2017). Mekandaki açık-koyu, doymuş-doymamış renklerin dağılımında dengenin sağlanması önemlidir.

Zıtlık

Tasarımda farklı elemanların zıtlıklarının vurgulanması ve bunların bir denge oluşturmasıyla sağlanan karşıtlık ilkesidir. Tasarım öğelerinin kendi aralarında ya da birbirleri ile zıtlık oluşturması mekanı monoton olmaktan kurtarır ve ona hareket kazandırır. Bu durum mekanın fark edilmesini sağlar ve ilgi çekici kılar. Zıtlık ilkesi form, biçim, renk, doku veya boyut bakımından karşıtlık oluşturularak sağlanabilir (Şentürk, 1999). Ancak Tasarımda kullanılan öğeler birbirinden bağımsız ve ilgisiz olduğunda birlik sağlanamaz ve uyuşmazlık gerçekleşir. İyi çözümlenmiş yapılarda zıtlıktan doğan bir denge söz konusudur. Bu nedenle zıtlıkla dengenin sağlanması tasarımın ön plana çıkması açısından oldukça önemlidir (Kaptan, 1997; Orhan, 2019).

Yenilenen butik otellerin tasarımında karmaşa ve aynılıktan uzak olma anlayışıyla zıt öğelerden sıklıkla faydalanılmaktadır. İnovasyon, renk, doku, biçim, boyuttaki zıtlık ile sağlanabilmektedir. Birbirine zıt öğelerle denge kurularak zıtlık uyumunun sağlanması üç şekilde ele alınacaktır:

- a. Mekandaki farklı boyut ve forma sahip öğelerle sağlanan kontrast etki.
- b. Mekandaki farklı malzeme/doku ile sağlanan kontrast etki.
- c. Mekandaki zıt renklerle sağlanan kontrast etki.

Tekrar/Ritim

Benzer renk, doku, biçim ya da form gibi görsel bütünlüğü oluşturan öğelerin ardışık bir düzende yer almasına ritim denir. Tasarım öğelerinin zaman ve mekan içerisinde karmaşık ya da düzenli bir şekilde kendini tekrar etmesidir Tasarımın algısını güçlendirmek ve hareket oluşturmak amacıyla tasarımın dokusunda, ölçeğinde ve renklerinde kullanılmaktadır (Özkan, 2007).

Tekrar (yineleme) ilkesi bütünlüğün içinde tutarlılık, sürekliliği sağlamak, ritim yaratmak için başvurulan düzen türlerinden biridir. Rastlantısal olmayan tekrarlar aracılığıyla tasarımda hareketlilik ve devamlılık sağlanmaktadır (Kaptan, 1997).

Ritim duygusu mimari bir üründe doluluk boşluk oranlarının, pencerelerin, kolonların, renk veya dokuların belirli aralıklarla tekrarı ile yaratılabilir. Butik otellerin iç mekan tasarımında bu türden bir hareketliliğin olması kullanıcının ilgisini çekmesi açısından önemlidir. Mekandaki görsel öğelerin düzenli şekilde tekrarlanması ile mekânsal algı desteklenmelidir.

Özgün Donatı Elemanları

Mekanın ihtiyaçları doğrultusunda mobilya seçimi yapılmaktadır. Butik otellerde donatı elemanları belirlenirken konsept ön plana çıkmaktadır. Modern, reproduksiyon, antika gibi özelliği olan mobilya ile tefriş ve dekorasyon sağlanmaktadır (Agget, 2007; Kervancıoğlu, 2019). Kullanılan dekoratif ve sanatsal objeler, otelin estetik unsurlarını oluşturdukları için oldukça önemlidir. Estetiğin yanında işlev, teknoloji, dayanıklılık gibi özellikler de ön planda olmaktadır (Akturan, 2017; Durna ve Babür, 2011).

2.3.2.3. Görsel Algılama

Algı, kişinin dış dünyayı tüm varlığıyla, bütünlüklü şekilde; tüm duyularıyla kavraması olarak tanımlanmaktadır. Çevreden gelen dış uyarıların işlenip bir süzgeçten geçirilerek duyumsanmasıdır (Kaptan, 1997). Çevre hakkında bilgi sahibi olmayı ve çevre ile iletişim kurmayı sağladığı için önemlidir.

‘‘Mekânsal algı’’ kavramı insanın içerisinde bulunduğu mekanla etkileşimi sonucu ortaya çıkmıştır. Kısaca kullanıcının mekanı ve mekandaki nesnelere duyularıyla algılaması ve değerlendirmesidir. Çevresindeki fiziksel etkenler tarafından sürekli uyarılan kullanıcı mekanı yüzeylerin biçimi, dokusu ve renkleriyle anlamlandırmaktadır. Mekan algısı beş duyu organıyla gerçekleşebilmektedir: görsel anlamda mekandaki objeler, işitsel anlamda ses faktörü, kokusal olarak mekandaki koku, tatsal olarak mekanın bize hissettirdiği, dokunsal olarak ise mekanın içindeki biçimler ve malzeme dokusu ile sağlanmaktadır (Hasgöl, 2011).

Bu bölümde kullanıcının iç mekan algısına yönelik butik otellerin görsel anlamda değerlendirmelerine yer verilmiştir.

Bütünlük/Birlik

Bütünlük, nesnelere düzenlenirken birbiri ile uyumlu olması veya benzer nesnelere bir araya getirilmesiyle oluşan tasarım ilkesi şeklinde tanımlanmaktadır (Lauer,1990). Parça bütün arasında ilişki kurularak zihnin parçalardan çok bütünü algılaması sürecidir. Birliğin olmadığı tasarımlar parçalı, düzensiz, dağınık algılanabilmektedir. Bütünlüğün sağlanabilmesi için tasarımdaki ritim, denge, tekrar, armoni, doku vb. öğelerin ilişki içerisinde bir arada bulunması gerekir (Akkaş, 2019; Orhan, 2019).

Mekan tasarımında birliği sağlayan tasarım öğeleri mekansal tasarım başlığı altında incelenmiştir. Bütünlük/birlik ise butik otellerdeki mekanların tasarım kararlarında karmaşadan uzak bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilmesi amacıyla ele alınmaktadır. Lobi ve yatma mekanları arasında renk, malzeme, zıtlık, armoni, donatı elemanları ile bütünlük sağlanmasına yönelik bir çıkarım, otelin genel algısı ve imajı için önemlidir.

Benzerlik

Zihnin benzer özellikteki objeleri gruplayarak onları diğer benzer olmayanlardan ayırması durumudur. Benzer renk, biçim, doku, oran vb. özellikler gruplaşma eğilimindedir (Kaptan, 1997).

Benzerlik ilkesinin butik otel tasarımlarında kullanılması, kullanıcının konaklama süresince yabancılık hissetmeyerek nesnelere arasında bağlantı kurmasını sağladığı gibi yön bulmasına da katkıda bulunur. Mekanda kullanılan biçimlerin nesnelere ve diğer biçimlerle uyum içinde tasarlanması bu nedenle önemlidir.

Süreklilik

Aynı yönde arka arkaya giden çizgilerin derinlik hissi oluşturmalarıdır. Süreklilik ilkesi mekanda perspektif ve derinlik etkisi vererek bu doğrultuda ilerlenmesini sağlar,

birlik ve bütünlüğü pekiştirir. Görsel ve mekansal süreklilik mekan kurgusunun doğru oluşturulması için önemlidir (Asar, 2013).

Butik otelin işletme ve mimari açıdan başarılı olabilmesi için resepsiyon, ofis ve lobi alanlarının birbiri ile doğru şekilde kurgulanması gerekir. Kullanıcıyı yönlendirmek ve mekânlar arası akışı gerçekleştirmek için mekanda süreklilik sağlanmalıdır. Mekansal süreklilik biçim, renk, doku ile olabildiği gibi ışığın farklılaşması, pencere, kapı, bölücü duvar gibi düzlemlerde boşlukların açılması ile de mümkündür (Öktem, 2007).

2.3.2.4. Fiziksel Konfor

Fiziksel konfor mekanın güvenlik, temizlik, havalandırma, nem, aydınlanma, doğal ışık, akustik ve teknoloji gibi değerlerinin tespitini sağlayan fiziksel kalitedir.

Güvenlilik

Bir binanın temel işlevlerinden biri olan güvenlik, genel olarak müşterinin herhangi bir tehdit ya da risk altında kalmaması, şüphe duymaması şeklinde ifade edebilmektedir (Polat, 2019). Bireyin huzur ve güven içerisinde yaşayacağı ortamın oluşturulmasıdır.

Otellerde yangın, ölüm, kaza, hırsızlık ve genel güvenlik gibi birçok sorun meydana gelebilmektedir. Oteller “*müşterilerin otel içerisinde her türlü dış etkiden uzak, rahat hareket edebilmeleri*” konusunda kullanıcılara güven vermelidir (Öztürk ve Seyhan, 2005). Kullanıcının ve personelin kendini güvende hissedebilmesi için hem yapıda hem çevrede güvenlik önlemleri alınmalıdır. Butik otel girişleri ve diğer mekanlar güvenlik unsurlarını barındıracak ve rehberlik edecek şekilde tasarlanmalıdır. Günümüzde kamera, yangın alarmı, duman dedektörü ve otomatik fiske sistemlerinin yerleştirilmesi gibi geniş kapsamlı önlemler söz konusudur (Opak, 2009). Bunlara ek olarak her odada müşterilerin kıymetli eşyalarını bırakabilecekleri kasaların bulunması güvenlik açısından önemlidir (Durna ve Babür, 2011).

Aydınlatma

Bir mekanı, nesneyi algılamak için algının seçiciliği dışında bir diğer temel etken ışıktır. Aydınlatma, çevrenin ve içerisindeki nesnelerin görülebilmesi için uygulanan ışık olarak tanımlanmaktadır. Mekanın aydınlatılmasında doğal aydınlatma yeterli gelmediğinde ya da başka amaçlarla yapay aydınlatmaya başvurulmaktadır. Butik otellerde mimari aydınlatma, görme işlevinin ötesinde yapının mimari etkisini vurgulamayı amaçlayan, kullanıcının psikolojik gereksinimlerini karşılayan bir tasarım olgusu olarak kullanılmaktadır (Sümengen, 2003). Bir mekanın olduğundan daha büyük

ya da küçük görülmesini ve dışarıdan farklı algılanmasını sağlamak amacıyla kullanılabilir. Aydınlatma şeklini mekanın kullanım amaçları, rengi ve mimari özellikleri belirlemektedir (Opak, 2009). Mekanda istenen algıyı oluşturabilmek için hedef kullanıcı kitlesinin analizi yapılarak onlara uygun niteliklere sahip aydınlatma kullanılmalıdır. Bu bağlamda aydınlatma tasarımında genç-yetişkin-çocuk gibi farklı yaş gurubundaki kişilere göre birbirinden farklı çözümler mümkündür.

Butik otel yapılarında aydınlatma tasarımı, görsel konforu ve güvenliği sağlamanın yanında kullanıcıları yönlendirme, bölgesel aydınlatma ile mekandaki belirli detayları vurgulama, değişen fonksiyonlara karşılık mekana yeni bir anlam kazandırma amacıyla da kullanılmaktadır. Yeniliği sağlayan butik otellerde genel aydınlatmanın yanı sıra dekoratif, ayarlanabilir ışıklandırma sistemleri ve yüksek teknolojlili aydınlatma uygulamaları görülmektedir (Sümengen, 2003; Kozak ve Emeksiz, 2002).

Hijyen/Temizlik

Müşteri memnuniyetini sağlayan önemli kriterlerden biridir. Otel hizmetlerinde hijyen koşullarının sağlanmasına yönelik birçok etken bulunmaktadır. Odaların temizliği başta olmak üzere, odalarda her türlü temizlik ürününün bulunması, servis araç gereçlerinin temizliği, yeme içme mekanlarının temizliği ve personelin bakımlı olması dikkat edilmesi gereken hususlardır (Öztürk ve Seyhan, 2005).

Termal konfor

Konaklama yapılarında iklimsel konfor; nem ve ısı düzeylerinin konfor sınırlarında kalmasını sağlayan ısıtma, soğutma ve havalandırma ekipmanları ile sağlanmaktadır (Opak, 2009).

Mekanın ısı değerleri normalin altında veya üstünde ise kullanıcıların rahatsızlık hissettiği, mekanın içindekileri algılamakta güçlük yaşadığı ve mekanı terk etme isteği içinde olduğu görülmektedir (Öktem, 2007). Uygun koşulları sağlamak için ısıtma ve havalandırmaya yönelik teknolojik sistemlerin kullanılması yenilenen butik oteller için kaçınılmaz bir durumdur.

İşitsel Konfor

İşitsel konfor akustik koşullardan duyulan memnuniyet olarak tanımlanmaktadır. Mekanın akustik performansı dışarıdan ve bitişik mekanlardan gelen gürültüye karşı ses yalıtımı ve hacim akustiği ile değerlendirilmektedir. Gürültünün kontrol altına alınmasında malzeme, bina tasarımı, hacim, mekan organizasyonu ve bina sistemleri gibi bir çok parametre söz konusudur (Kutlu, 2018).

Tasarım sırasında otellerde, sese karşı hassas olan, sestten korunması istenen ya da ses üreten mutfak, çamaşırhane, servis giriş çıkışları ve lobi gibi mekanlar gruplanarak birbirinden ayrı tasarlanmalıdır (Ünlü, 2003). Bu mümkün değilse mekanlar arasında ses yalıtımı uygulaması yapılarak sorun giderilmeli, özellikle yatma mekanları ses ve gürültüden korunmalıdır. Otel lobilerindeki gürültünün, halı veya akustik yüzeylerle engellenmesi sağlanmalıdır (Opak, 2009).

Teknolojik Donanım

‘Yeniliği teşvik eden, erişilebilirliği ve sürdürülebilirliği geliştiren bilgi iletişim teknolojilerini yaymak ve geliştirmek, belirgin ve son derece rekabetçi hizmetlerin yaratılabileceği yeni mekanizmalar aramak gerekmektedir’ (Çelik ve Topsakal, 2017).

Otel işletme yöntemlerini ve donanımlarını etkileyen yeni teknolojilerin turizm üzerindeki etkileri yadsınamaz ölçüdedir. Dijital teknolojiler, sosyal medya, internet, bulut teknolojileri vb. web tabanlı uygulamalar turistlerin tercihlerini ve deneyimlerini yönlendirmektedir (Dubey, 2016). Otellerde çeşitli sistemlerin kullanılması, sunulan hizmetlerin kalitesini arttırmakta, turistlerin tercihlerini etkilemektedir. Butik otellerin müşterilerine özel mobil uygulamalar geliştirmesi, otel etkinlikleri ve yenilikleri konusunda bilgilendirmeleri, etkin sosyal medya kullanımı ve akıllı uygulamalar vb. teknoloji faaliyetlerinde olmaları gereklidir (Tekin, 2019).

Turizm destinasyonları ve turizm işletmeleri her geçen gün daha yenilikçi yöntemler benimsemeli ve rekabet güçlerini arttırmalıdır. Bunun için turizm sektöründe akıllı teknolojilerin kullanımına ihtiyaç duyulmaktadır. Akıllı teknolojilerin dinamik, yenilikçi yapısı tüketicilerin ve turizm işletmelerinin ilgisini çekmektedir. Konaklama yapılarında resepsiyon, rezervasyon, yiyecek içecek hizmetleri gibi birçok alanda teknoloji kullanılmaktadır. Akıllı teknolojilerin kullanılmasıyla sunulan hizmetler geliştirilmekte ve kişiselleştirilmemektedir (Çolak ve Karakan, 2021).

Sürdürülebilirlik

Ekonomik ve sosyal gelişmelerin çevreye yaydığı büyük zararlar sonucunda ortaya çıkan sürdürülebilirlik kavramı, uzun vadede çevresel, ekonomik ve sosyal amaçlar arasındaki dengenin yeniden sağlanmasını ifade etmektedir (Duran, 2009). Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi için turizm türlerinin sürdürülebilir hale getirilmesi önemlidir. Sürdürülebilir turizm, tüm turizm türlerinin çevresel sosyal ve ekonomik olarak daha faydalı hale getirilmesini amaçlayan bir yaklaşımdır (Tamer ve Yangil, 2021).

a. Çevresel sürdürülebilirlik

Yerel kaynakların korunmasına yönelik olarak hava, toprak ve su kirliliğinin en aza indirilmesidir. Çevresel sürdürülebilir turizm ile doğal, ekonomik, toplumsal ve kültürel farklılıkların korunması ve turizm piyasalarındaki talebe yönelik değişikliklere uyum sağlanmaktadır (Ayaş, 2007). Bu amaçla butik otel işletmeleri personelin çevre farkındalığını artırma, atık yönetimi, su - enerji tüketiminin takibi ve yenilebilir enerji üretimi gibi uygulamalar içerisinde olmalıdır.

b. Ekonomik Sürdürülebilirlik

İşletmenin varlığını sürdürebilme ve kar elde edebilme kabiliyetini ifade etmektedir (Choi ve Sırakaya 2006). Turizm işletmelerinin canlılığını ve rekabet gücünü artırarak uzun vadede ekonomik katkılar sağlar (Alagöz, Güneş ve Uslu, 2015).

c. Sosyal Sürdürülebilirlik

Sosyal sermayeye, sosyal kimliğe saygı duyulmasına ve sosyal uyumun güçlendirilmesine odaklanır (Choi ve Sırakaya 2006). Turizmin ekonomik ve sosyal faydalarının topluma eşit dağılımının, turizm endüstrisine bölge halkının katılımının ve memnuniyetinin sağlanmasıdır. Butik otellerde yerel halkın istihdam edilmesi ve halkın da faydalanabileceği projeler, etkinlikler düzenlenmesi ile sosyal sürdürülebilirlik desteklenmektedir (Vatan ve Poyraz, 2016).

3. MATERYAL VE YÖNTEM

Turizmin çok boyutlu, dinamik ve değişken olması konaklama yapılarında yeniliğin önemini arttırmaktadır. Konaklama işletmelerinin geleceği için ürün ve hizmetlerinde inovatif yaklaşımlar içerisinde olması oldukça önemlidir. Bu çalışmayla, turizm alanındaki yenilik faaliyetlerinin butik oteldeki tasarım kararlarına uyarlanmasına yönelik bir değerlendirme ölçęi oluşturmak amaçlanmıştır.

Çalışmanın ilk aşamasında turizm, konaklama, inovasyon ve butik otel üzerine literatür taraması yapılmış, yenilenen turizm anlayışı ile ortaya çıkan butik otellerin gelişim süreci ve plan organizasyonu açıklanmıştır. Literatür taraması sırasında inovasyon kavramının genellikle sosyal bilimler alanlarında ele alındığı, mimarlık alanındaki kısıtlı çalışmalarda ise otellerin gözlem yolu ile nitel bir şekilde değerlendirildiği görülmüştür. Çalışmaya altlık oluşturabilmek için otellerin dış cephe, iç mekan, lobi ve odalardaki tasarım kararları butik otel kapsamında bütüncül olarak yeniden ele alınmıştır. Konuyu inovasyon bağlamında ele alabilmek için ise çoğunlukla turizm alanındaki kaynaklardan faydalanmak durumunda kalınmıştır. Bu bilgiler doğrultusunda örneklem yapılarda mimari değer kriterleri belirlenmiştir. Belirlenen değerlerin inovasyon özelinde kavramsal alt yapısı kurgulanmıştır. Çalışma kapsamında, Karatay Belediyesi arşivinden beş otelin çizim belgelerine ulaşılmıştır. İnovasyon hakkında toplanan bilgiler ve alan çalışmasından elde edilen veriler birlikte değerlendirilerek, inovasyonun konaklama yapılarına katkısı ortaya konmuştur.

Alan çalışmasında ilk olarak, Konya Mevlana Bölgesi'nde yeniden işlevlendirilen ya da geleneksel yapılardan dönüştürülen butik otellerin Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelikte sıralanan fiziksel şartları ne ölçüde taşıdığına dair ön değerlendirme yapılarak yapı kimlikleri oluşturulmuştur (Tablo 3.1). Bu aşamada otel rezervasyon siteleri, işletme sahipleri ve personeller ile görüşmeler sağlanmış, yapılar hakkında bilgiler toplanmıştır.

Tablo 3.1. Butik otel yönetmeliği analiz tablosu

YAPININ ADI :	YAPI NO:
ODA SAYISI: YATAK SAYISI:	
BUTİK OTEL YÖNETMELİĞİ	
Oda Sayısı (10/60)	
Özel Tasarım / Antika Tefriş, Dekorasyon, Donatı Malzemeleri	
Alakart Hizmet Veren Restoran	
Resepsiyon-Lobi'de Yatak Kapasitesinin %25'i Oranında Oturma Alanı	
Yönetim Odası	
Genel Mahallerde Klima	
Genel Mahallerde ve Odalarda Wifi	
5 Yıldızlı Otel Niteliğinde Konforlu Yatak Odaları	
Oda Banyolarında Aydınlatmalı Ayna	
Bagaj Odası	
Çamaşır Yıkama / Ütüleme Hizmeti	
Otopark Hizmeti	
Deneyimli İdari /Personel	
Çok Amaçlı Salonu/Toplantı Salonu/Tiyatro Salonu/Sinema Salonu/Lokanta/Kafeterya/Kahvaltı Salonu Ünitelerinden En Az Biri	

Yenilenen butik otellerin inovasyon değeri belirlemeye yönelik önerilen yöntem önerisi için öncelikle yapılar iç ve dış mekan olarak iki gruba ayrılmıştır. Bu sınıflandırma hem mekan farklılığından hem de kullanıcı tercihlerinde iç mekanın daha önemli olmasından kaynaklanmaktadır.

Literatür araştırmasında butik otellerin dış mekan ve tasarımının; konum, yönelme, ulaşım, erişilebilirlik, ayırt edicilik, kent dokusuna uyum, okunabilirlik, manzara ve kimlik unsurlarından etkilendiği görülmüştür. Bu doğrultuda inovasyon bağlamında dış mekan tasarım kriterlerinin tanımları ve nasıl sağlanabileceği tabloda özetlenmiştir (Tablo 3.2).

Tablo 3.2. Butik otelde dış mekana yönelik inovasyon ölçütleri

YENİLİKÇİ BUTİK OTELLERİN DIŞ MEKAN TASARIM KRİTERLERİ	
KONUM/ETKİSİ	Butik otelin kent merkezinde olması (a), tarihi doku içerisinde olması (b), tarihi yapılara yakın olması (c) (Can, 2014).
YÖNLENME	Otelin ve girişinin algılanabilir bir konumda bulunması, çevresinde referans olacak imgeler bulunması (Sönmez ve Önder, 2015; Yum, 2021).
ULAŞIM/ERİŞİLEBİLİRLİK	Otele toplu ulaşım vb. ulaşımın kolay olması, erişim olanaklarının iyileştirilmesi (Keskin,2015).
ENGELLİ ERİŞİMİ	Engelli bireyler için gerekli mesafeler, alanlar, rampalar oluşturulması (Opak, 2009).
AYIRT EDİCİLİK	Otelin cephe karakterinin net ve dikkat çekici olması (Sönmez ve Önder, 2015; Yolcu, 2006).
KENT DOKUSUNA UYUM	Otelin kültürel devinim değerlerinin çevresi ile uyumlu olması (Enç, 2009).
OKUNABİLİRLİK	Cephe karakterinin oteli temsil etmesi (Kancıoğlu, 2005; Sönmez ve Önder, 2015).
MANZARA	Odaların manzara ile ilişki kurması (Öztaş, 2019; Pınar, 2009).
KARAKTER/KİMLİK	Otelin özgün bir kimliğinin olması (Öktem, 2007).

Otellerin iç mekanları birçok gereksinimi karşılayabilen, farklı çözümler sunan, ilgi çekici bir imajda bütüncül bir yaklaşımla tasarlanmaktadır. İç mekân tasarımında imaj, stil, konfor ve ortam faktörleri ön plana çıkmaktadır. Mekânda donatı elemanları ile dekorasyonun karakteristik özellikleri, biçim ve detayların tasarımı oldukça önemlidir (Opak, 2009; Yıldırım vd., 2008).

Çalışmada iç mekana yönelik işlevsel, estetik, anlamsal ve fiziksel açıdan dört farklı yaklaşım gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda mekânsal organizasyon, görsel tasarım, görsel algılama ve fiziksel konfor şeklinde sınıflandırılan tasarım kriterleri tabloda gösterilmiştir (Tablo 3.3).

Tablo 3.3. Butik otelde iç mekana yönelik inovasyon ölçütleri

YENİLİKÇİ BUTİK OTELLERİN İÇ MEKAN TASARIM KRİTERLERİ		
MEKANSAL ORGANİZASYON	ESNEKLİK	Otel içinde çok çeşitli işlevlere olanak tanıyan esnek mekanlar bulunması (İslamoğlu ve Usta, 2018; Opak, 2009).
	İŞLEVSELLİK	Mekanların otelin ihtiyaç programına uygun şekilde ve fonksiyonel tasarlanması (Bayram, 2011).
	SİRKÜLASYON	Mekanlar arası dolaşım ve sirkülasyonun anlamlı ve kesintisiz olması (Yolcu, 2009).
	MEKANSAL KONFOR	Lobi mekanı (a) ve yatak odalarında (b) ergonomik çözümler sunulması (Altınok, 2007; Bayram, 2011).
GÖRSEL TASARIM	RENK	Mekanın bütününde sıcak renk kullanımı ile olumlu, davetkar bir etki bırakılması (Opak, 2009).
	MALZEME/DOKU	Döşeme ve duvar malzemelerinin özgün, dekoratif (a) ve fonksiyonel (b) olması (Kozak ve Emeksiz, 2002).
	ARMONİ/UYUM	Mekan boyutlarının (a), mekandaki donatı malzemelerinin (b), mekandaki renklerin (c) uyumlu olması (Canbolat, 2017; Orhan, 2019).
	ZITLIK	Mekandaki farklı boyut/form (a), malzeme (b) ve renklerle (c) zıtlığın sağlanması (Şentürk, 1999; Kaptan, 1997).
	TEKRAR-RİTİM	Mekandaki görsel öğelerin düzenli şekilde tekrarlanması ile hareketlik sağlanması (Kaptan, 1997; Özkan, 2007).
	ÖZGÜN DONATI ELEMANI	Modern, antika vb. özgün mobilya ve dekorasyon kullanımı (Agget, 2007; Kervancıoğlu, 2019).
GÖRSEL ALGILAMA	BÜTÜNLÜK/BİRLİK	Butik otel mekanlarının genel konseptte uygun şekilde, görsel açıdan bütünlük içinde olması (Orhan, 2019).
	BENZERLİK	Mekanda kullanılan biçimlerin nesnelere ve diğer biçimlerle uyum içinde tasarlanması (Kaptan, 1997).
	SÜREKLİLİK	Mekanlar arasında biçim, renk, doku ile süreklilik sağlanması (Öktem, 2007).
FİZİKSEL KONFOR	GÜVENLİLİK	Butik otel ve çevresinde güvenlik önlemlerinin alınması (Durna ve Babür, 2011; Opak, 2009).
	AYDINLATMA	Yenilikçi aydınlatma düzeneklerinin ve ışık kaynaklarının tercih edilmesi (Sümengen, 2003; Kozak ve Emeksiz, 2002).
	HİJYEN/TEMİZLİK	Odaların ve yemek mekanlarının temizliği (Öztürk ve Seyhan, 2005).
	TERMAL KONFOR	Isıtma ve soğutmaya yönelik teknolojik sistemlerin kullanılması (Opak, 2009).
	AKUSTİK KONFOR	Gürültüyü önleyecek malzemelerin kullanılması (Opak, 2009; Ünlü, 2003).
	TEKNOLOJİK DONANIM	Mobil uygulamalar, sosyal ağ hizmetleri ve akıllı teknolojik uygulamalar (Çolak ve Karakan, 2021; Dubey, 2016)
	SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	Çevresel sürdürülebilirlik (a), ekonomik sürdürülebilirlik (b), sosyal sürdürülebilirlik (c) (Ayaş, 2007; Vatan ve Poyraz, 2016).

Literatürde personel ya da yöneticilerle yapılan anketler dışında otellerin ne derece yenilikçi olduğunu gösteren bir değerlendirme ölçeği yoktur. Bu yüzden inovasyonun ne olduğu ve hangi alanlarda ne amaçla gerçekleştirildiğine dair kavramsal çerçeve bölümünde açıklanan inovasyon çeşitlerinin ve uygulamalarının mimari karşılıklarının neler olabileceği tartışılmıştır. Otel işletmelerinin mimari anlamda değerlendirilmesi kapsamında, inovasyon çeşitleri ürün/hizmet inovasyonu, pazarlama inovasyonu, organizasyonel inovasyon ve sosyal inovasyon olmak üzere dört başlıkta ele alınmıştır. İlgili literatürde daha az rastlanan sosyal inovasyon kavramı Zengin (2019) 'in çalışmasından yola çıkılarak bu sınıflandırmaya dahil edilmiş, süreç inovasyonu ise

üretim veya dağıtım yönteminin geliştirilmesi, uygulanması gibi işletmeye yönelik kararlarından dolayı yönteme dahil edilmemiştir (Şekil 3.1).



Şekil 3.1 Butik otel kapsamında yeniden ele alınan İnovasyon çeşitleri

Ürün/hizmet, pazarlama, organizasyonel ve sosyal inovasyonları gösteren tablolar ve puanlamaları, butik otellerin hangi alanlarda yenilik faaliyetleri gösterdiğini tespit ederken kullanılacaktır (Tablo 3.4, 3.5, 3.6 ve 3.7).

Tablo 3.4. Ürün/hizmet inovasyonu

Ürün/Hizmet İnovasyonu	Puan
Renk	3
Malzeme/Doku	8
Armoni/uyum	6
Zıtlık	9
Tekrar/Ritim	2
Özgün Donatı Elemanları	4
Bütünlük/Birlik	1
Benzerlik	1
Süreklilik	1
Güvenlilik	3
Aydınlatma	4
Hijyen/Temizlik	1
Termal Konfor	3
Akustik Konfor	2
TOPLAM	48

Tablo 3.5. Pazarlama inovasyonu

Pazarlama İnovasyonu	Puan
Konum/Etki	6
Yönlendirme	1
Ulaşım/Erişebilirlik	1
Ayırt Edicilik	4
Kent Dokusuna Uyum	1
Okunabilirlik	1
Manzara	2
Karakter/Kimlik	4
TOPLAM	20

Tablo 3.6. Organizasyonel inovasyon

Organizasyonel İnovasyon	Puan
Esneklik	4
İşlevsellik	1
Sirkülasyon	1
Mekansal Konfor	8
TOPLAM	14

Tablo 3.7. Sosyal İnovasyon

Sosyal İnovasyon	Puan
Engelli Erişimi	2
Sürdürülebilirlik	12
Teknolojik Donanım	4
TOPLAM	18

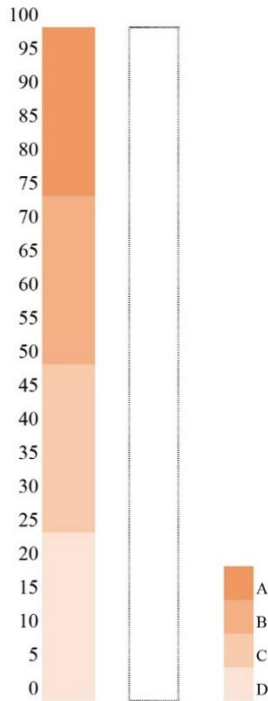
İnovasyonun mimari mekandaki karşılığı ele alınırken inovasyonun ‘sağlayıcı’ ve ‘destekleyici’ şeklinde ikiye ayrılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Mekanda bazı tasarım kararları yeniliğe doğrudan katkısı olduğu için yeniliği **sağlayıcı**, bazıları ise ikinci planda kaldığı için yeniliği **destekleyicidir**. Yeniliği sağlayıcı tasarım kararları olarak ayırt edicilik, karakter/kimlik, esneklik, mekânsal konfor, renk, malzeme/doku, zıtlık, özgün donatı elemanları, güvenilirlik, aydınlatma, termal konfor, teknolojik donanım ve sürdürülebilirlik belirlenmiştir. Yeniliği destekleyici olarak ise konum/etkisi, yönlendirme, ulaşım/erişilebilirlik, engelli erişimi, kent dokusuna uyum, okunabilirlik, manzara, işlevsellik, sirkülasyon, armoni/uyum, tekrar/ritim, bütünlük/birlik, benzerlik, süreklilik, hijyen/temizlik ve akustik konfor belirlenmiştir.

29 adet parametrenin oluşturduğu mimari değer analizi 100 puan üzerinden yapılmıştır. Mimari tasarım kararları, inovasyonu sağlayıcı ve destekleyici olarak gruplandırılarak bu parametreler farklı değerlerde puanlanmıştır; yöntem önerisi olarak

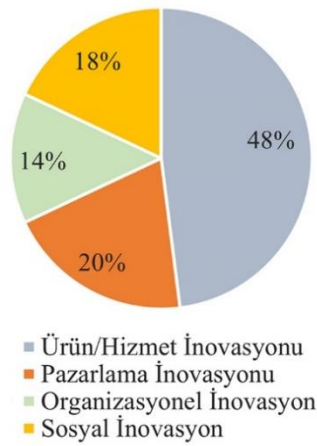
sunulan analiz tablosunda, yeşil renk olarak ifade edilen kriterler inovasyonu sağlayıcı (3-4 puan), beyaz renk olarak ifade edilen kriterler ise inovasyonu destekleyicidir (1-2 puan). Yöntem önerisi olarak sunulan bu tablo üç bölümden oluşmaktadır. Yapının fotoğraflarının ve plan şemasının yer aldığı bölüm, mimari tasarım kararlarının puanlandığı bölüm ve analiz sonuçlarının grafiklerle gösterildiği bölümdür (Tablo 3.8).

Analiz sonuçları üç farklı grafik ile ifade edilmiştir. İlk olarak, tasarım kriterlerinden elde edilen toplam puan üzerinden, yapıların inovasyon değerleri renk grafiği ile derecelendirilmiştir. 100 tam puanın dört eşit değere bölünmesi ile A, B, C, D şeklinde 4 farklı mimari değer kurgulanmıştır. 0-25 puan aralığı inovasyon açısından en zayıf yapıyı ifade eden D, 75-100 puan aralığı ise inovasyonu en yüksek yapıyı ifade eden A grubu içindedir (Şekil 3.2).

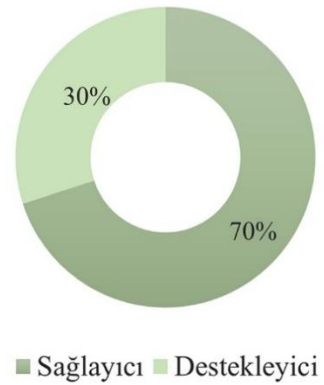
Yapılardaki yenilik uygulamalarının hangi alanlarda yoğunlaştığını görebilmek adına inovasyon çeşitlerinin yüzdeleri pasta grafiği ile ifade edilmiştir. Bu grafik, tablo 1.2’de gösterilen sınıflandırma doğrultusunda puanlanarak elde edilmiştir (Şekil 3.3). Son olarak, yapının bütünde ne kadar yenilikçi olduğu halka grafiğinde destekleyici/sağlayıcılığı kıyaslanarak tespit edilmiştir (Şekil 3.4).



Şekil 3.2. Renk grafiği ile toplam puanın ifadesi



Şekil 3.3. Pasta grafiği ile inovasyon çeşitlerinin ifadesi



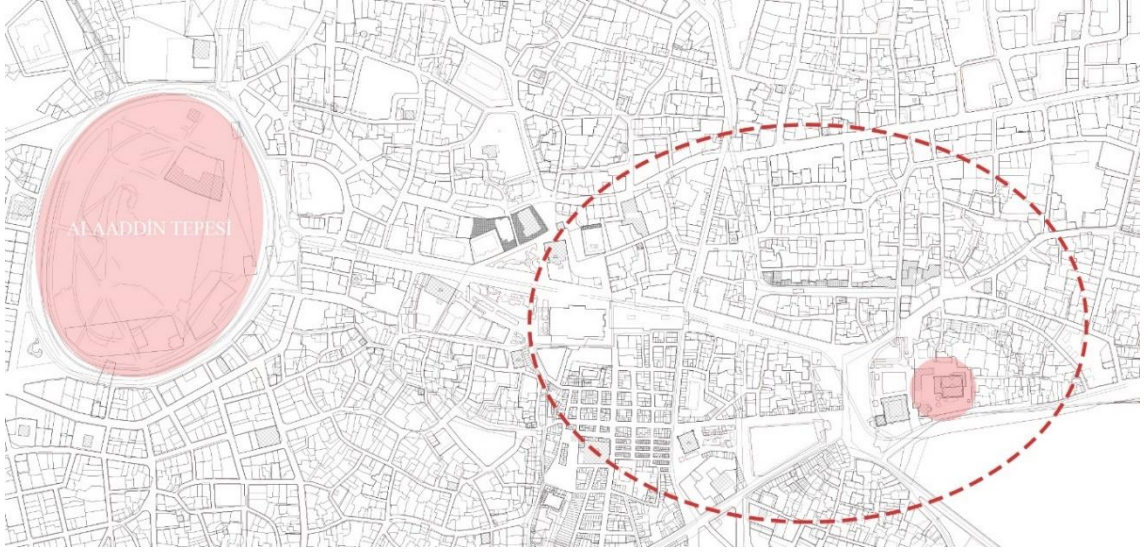
Şekil 3.4. Halka grafiği ile inovasyonun ifadesi

Tablo 3.8. Yöntem önerisi olarak sunulan analiz tablosu

YAPININ ADI:		YAPI NO:				
KONUM	CEPHE	İNOVASYON ANALİZİ				
		SAĞLAYICI <input type="checkbox"/>		PUAN		
		DESTEKLEYİCİ <input type="checkbox"/>				
		DİŞ MEKAN ANALİZİ	KONUM/ETKİSİ	a	2	
				b	2	
				c	2	
			YÖNLENME		1	
			ULAŞIM/ERİŞİLEBİLİRLİK		1	
			ENGELLİ ERİŞİMİ		2	
			A YIRT EDİCİLİK		4	
			KENT DOKUSUNA UYUM		1	
			OKUNABİLİRLİK		1	
			MANZARA		2	
			KARAKTER/KİMLİK		4	
			ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN	İÇ MEKAN ANALİZİ	MEKANSAL ORGANİZASYON
İŞLEVSELLİK	1					
SİRKÜLASYON	1					
MEKANSAL KONFOR	a	4				
	b	4				
GÖRSEL TASARIM	RENK	3				
	MALZEME/DOKU	a				4
		b				4
	ARMONİ/UYUM	a				2
		b				2
		c				2
ZİTLİK	a	3				
	b	3				
	c	3				
TEKRAR/RİTİM	2					
ÖZGÜN DONATI ELEMANLARI	4					
GÖRSEL ALGILAMA	BÜTÜNLÜK/BİRLİK	1				
	BENZERLİK	1				
	SÜREKLİLİK	1				
FİZİKSEL KONFOR	GÜVENLİLİK	3				
	A YDINLATMA	4				
	HÜYEN/TEMİZLİK	1				
	TERMAL KONFOR	3				
	AKUSTİK KONFOR	2				
	TEKNOLOJİK DONANIM	4				
	SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	a	4			
b		4				
c		4				
ANALİZ SONUCU						
<p>■ Sağlayıcı ■ Destekleyici</p>		<p>100 95 90 85 80 75 70 65 60 55 50 45 40 35 30 25 20 15 10 5 0</p> <p>A B C D</p>				
<p>■ Ürün/Hizmet İnovasyonu ■ Pazarlama İnovasyonu ■ Organizasyonel İnovasyon ■ Sosyal İnovasyon</p>						
(.../100) TOPLAM				100		

4. ALAN ÇALIŞMASI

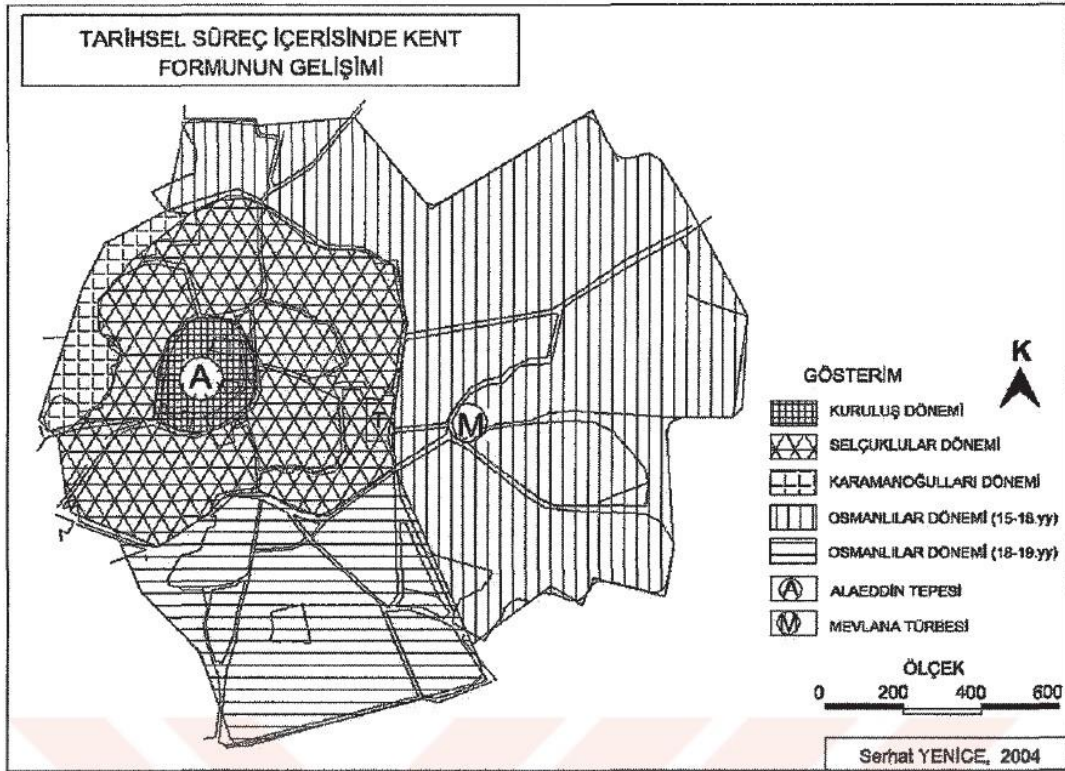
Konya’da Mevlana Bölgesi turist hareketliliğinin yoğun ve tarihi yapıların oldukça fazla olduğu bir bölgedir. Çevresinde nitelikli ve niteliksiz birçok otel bulunmaktadır. Bölgedeki butik oteller diğer otellerden özgün tasarımı, kaliteli hizmet anlayışı ve yenilikçi uygulamalarıyla öne çıkmaktadır ve şehre gelen yabancı turistler tarafından öncelikle tercih edilmektedir. Bu işletmelerin müşteri memnuniyetini gözeterek sektördeki değişimi takip etmesi ve gelişime açık olmasından dolayı bu bölümde Mevlana Bölgesi ve çevresindeki butik oteller incelenecektir.



Şekil 4.1. Alaaddin Tepesi ve Mevlana Bölgesi

4.1. Alanın (Konya Mevlâna Bölgesi) Tarihsel Gelişimi

Anadolu’nun en eski yerleşimlerinden biri olan Konya, tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış önemli merkezlerden biridir. Kentin gelişimi Selçuklulardan günümüze kadar eski bir höyük olan Alaaddin Tepesi’nin çevresinde şekillenmiştir. Bölgedeki savaş ve göçler kentin etnik yapısını değiştirerek sürekli olarak gelişmesine neden olmuştur (Şekil 4.2). Başta kent çeperlerinde yoğunlaşan yerleşimler zamanla iç kesimlere ve kent merkezine doğru yayılmış, bu süreçten etkilenen kent formu kentin gelişim yönünde biçimlenmiştir (Yenice, 2005 ve Kuştepe, 2011).

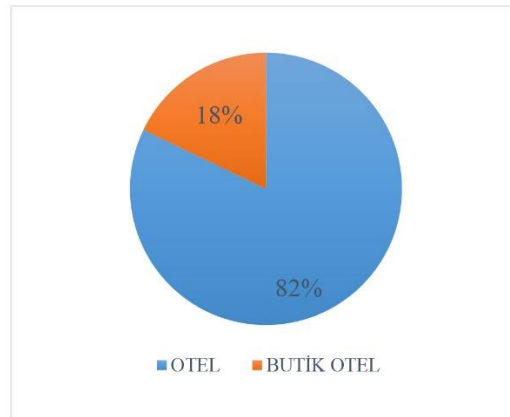


Şekil 4.2. Tarihi süreçte Konya kentinin mekânsal gelişimi (Yenice, 2004).

Konya’da ilk olarak han ve kervansaray olarak karşımıza çıkan konaklama yapıları zamanla değişime uğramış, han-otel arası hizmet veren misafirhaneler inşa edilmiştir. Kentte modern anlamda oteller henüz yokken, 19. yüzyıl sonlarında Anadolu-Bağdat demiryolu hattının şehre ulaşmasıyla ticari faaliyetler canlanmış, istasyon ve çevresinde konaklama tesislerinin yapımına ihtiyaç duyulmuştur. Bu amaçla ilk olarak İstasyon Bölgesi’nde görülmeye başlayan otel yapıları, zamanla istasyonun kent merkezinin uzağında kalması ile kent merkezine doğru yayılmıştır. Cumhuriyet öncesi dönemde yapılmış olan bu otellere bakıldığında az katlı, az odalı oldukları ve dönemin mimari özelliklerini yansıttıkları görülmektedir. İnsanların sadece geceleme ve yeme-içme ihtiyacına cevap verebilecek nitelikte olduğu küçük yapı grupları olarak karşımıza çıkmaktadır. Konaklama ihtiyacına öncelik verdiği için kapsamlı, işlevsel özellikleri yoktur (Odabaşı, 1998 ve Temel, 2019).

Otellerin yoğunlukta olduğu Alaeddin Tepesi ve Mevlana Türbesi ile bağlantılı olan Mevlana Caddesi, geçmişten günümüze Konya’nın merkezi konumunda olan alanlardan biri olmuştur. Bölgenin tarihsel dokusu son 100 yılda birkaç kez değişime uğramıştır (Kuştepe, 2011). İmar planları incelendiğinde, 1941 yılı ve sonrasındaki yirmi yıllık süreçte tarımsal üretimin yaygın olması ve verimli tarım arazilerinin şehrin güney,

güney-doğu bölgelerinde yer almasından dolayı kentin bu bölgelere doğru gelişim gösterdiği görülmektedir. Ticaret bölgeleri de Mevlana Türbesi'nin doğusu ile Hükümet Binası'nın güneyinde kalan tarihi kent merkezinde yoğunlaşmıştır. Alaaddin-Mevlana aksı üzerinde ticaret alanlarının bulunmasına yönelik yeni kararlar alınmıştır (Yenice, 2005). Bu değişim ve dönüşümler bölgedeki turizmin canlanmasına, konaklama yapılarının da kendilerini yenileyerek dönüşüm içerisine girmesine neden olmuştur. Özellikle 1980 sonrasındaki süreçte şehrin hızlı bir şekilde büyümesi ve ulaşım sistemlerinin gelişmesi ile yaşam standartları yükselmiş, gelişen teknoloji, hizmet alanları ve çeşitli kültürel turistik faaliyetler hız kazanmıştır. Bu doğrultuda kent merkezindeki konaklama mekanları çeşitlenerek farklılaşmıştır. Kullanıcı ihtiyaçlarının değişmesi ile turizm alanında ortaya çıkan yenilikler, bölgedeki otellerin diğer işletmelerle rekabet edebilmek ve kullanıcı memnuniyetini sürdürebilmek için birçok alanda yenilenmesine neden olmuştur. Otellerin cephe ve iç mekan tasarımlarında yeni ve estetik malzemeler, kişiye özel hizmet anlayışıyla özellikli otel odaları görülmeye başlamıştır. Kent merkezinde bu amaçla inşa edilen oteller ya da konuttan otele dönüştürülen yapılar oldukça sınırlıdır (Temel, 2019).



Şekil 4.3. Mevlana Bölgesinde yer alan otellerin dağılımı

4.2. Örneklem Seçimi

Çalışmanın örneklemini, şehrin kültür ve inanç turizminin merkezinde olan Mevlana Bölgesi'nde konumlanmış yenilenen beş butik otel oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde bölgenin özel konumu, çevresindeki otellerin hizmet ve kalite anlayışı, butik otellerin yenilikçi uygulamalar içerisinde olmaları etkili olmuştur.

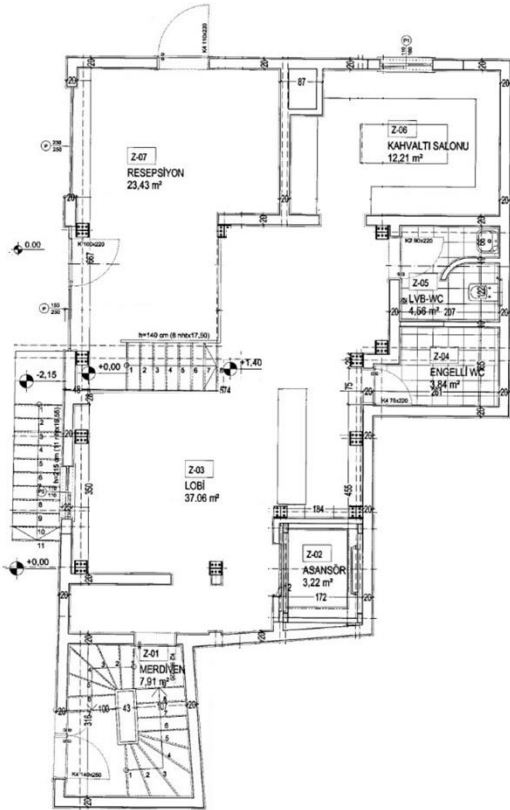
4.3. Seçilen Butik Otellerin Analizi

Çalışma alanı olarak seçilen Konya’da Mevlana Türbesi’nin çevresindeki beş butik otelin dış ve iç mekan analizleri yapılacaktır.

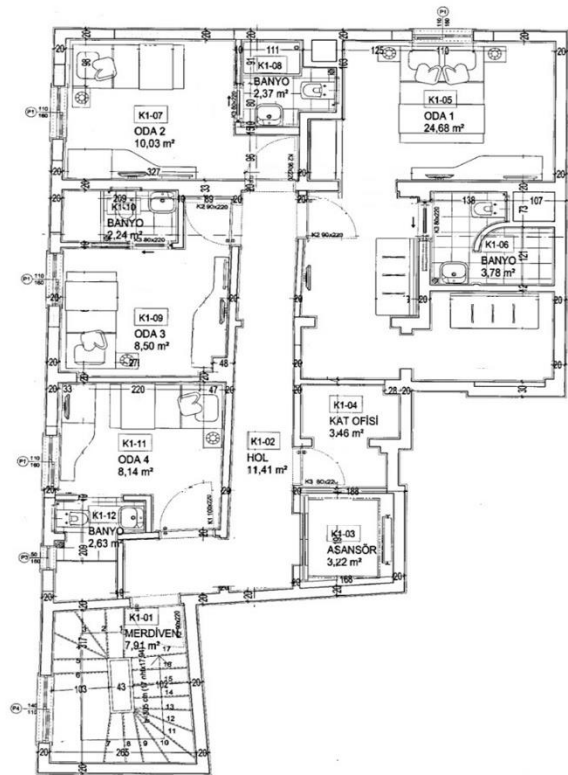
4.3.1. Araf Otel

Araf Hotel, Aziziye Mahallesi’nde Şehit Nazım Bey Caddesi Naci Fikret Sokak’ta yer almaktadır. Öncesinde apartman olarak kullanılan vakıf binası 2015 yılında butik otele dönüştürülmüştür. Otel Konya’nın yerel kültürünü yansıtmayı ve konaklama sırasında ev misafirperverliğini yaşatmayı amaçlamaktadır (URL-4).

110 m² yüz ölçümüne sahip yapı bodrum + zemin + 3 kattan oluşmaktadır. 5 farklı oda tipi ile toplam 13 odası bulunmaktadır. Yapının bodrum katı otopark alanı, yönetim birimi, teknik hacimler ve sığınak için ayrılmıştır ancak sonradan otopark alanı iptal edilmiştir. Zemin katta lobi, resepsiyon, kahvaltı salonu üst katlarda ise yatak katları bulunmaktadır. Teras katı hem otel kullanıcılarına hem de dışarıdan müşterilere kafe olarak hizmet vermek amacıyla yenilenmiştir.



Şekil 4.4. Araf Otel zemin kat plan şeması
(Karatay Belediyesi arşivi)



Şekil 4.5. Araf Otel birinci kat plan şeması
(Karatay Belediyesi arşivi)

Butik otel yönetmeliğe göre otelin sağlamış olduğu kriterler tabloda şu şekilde gösterilmiştir (Tablo 4.1).

Tablo 4.1. Araf Otel'in butik otel yönetmeliğine göre analizi

YAPININ ADI : ARAF HOTEL		YAPI NO: 1
ODA SAYISI: 13 YATAK SAYISI: 18		
BUTİK OTEL YÖNETMELİĞİ		
Oda Sayısı (10/60)		X
Özel Tasarım / Antika Tefriş, Dekorasyon, Donatı Malzemeleri		X
Alakart Hizmet Veren Restoran		X
Resepsiyon-Lobi'de Yatak Kapasitesinin %25'i Oranında Oturma Alanı		X
Yönetim Odası		X
Genel Mahallerde Klima		X
Genel Mahallerde ve Odalarda Wifi		X
5 Yıldızlı Otel Niteliğinde Konforlu Yatak Odaları		
Oda Banyolarında Aydınlatmalı Ayna		X
Bagaj Odası		X
Çamaşır Yıkama / Ütüleme Hizmeti		X
Otopark Hizmeti		X
Deneyimli İdari /Personel		X
Çok Amaçlı Salonu/Toplantı Salonu/Tiyatro Salonu/Sinema Salonu/Lokanta/Kafeterya/Kahvaltı Salonu Ünitelerinden En Az Biri		X

Araf Otel Dış Mekan Değerlendirmesi

Butik otel, konum olarak tarihi kent merkezine, şehir ve insan trafiğinin canlı olduğu Mevlana caddesine çok yakın olmasına rağmen ara sokakta yer aldığı için kullanıcıyı otele yönlendirme açısından zayıf kalmaktadır. Otelin bulunduğu sokak, araç giriş çıkışına kapalıdır. Aynı zamanda iç mekanda girişten resepsiyona ulaşılan ara basamaklar engelli bireyler için olumsuzluk oluşturmaktadır. Bölgedeki diğer yapılardan ayırt edilmesini sağlayan sarı cephe rengi ile dikkat çekmektedir. Gabarisi ve cephe karakteri olarak çevresindeki yapılarla uyumludur ancak cephe karakterinin oteli temsili yetersizdir. Komşu parselle bitişik nizam olmasına rağmen odaların hepsi gün ışığı alacak şekilde planlanmıştır. Otel mekanları ve cephesine yansıyan özgün bir kimliği bulunmaktadır.



Şekil 4.6. Araf Otel cephesi (URL-5 ve URL-6)

Araf Otel Mekansal Organizasyon Değerlendirmesi

Zemin katta otelin genel mekanları olarak tanımlayabileceğimiz lobi, bekleme alanı, resepsiyon ve kahvaltı salonu birimleri dolaşımı engelleyen sınırlayıcı elemanlar olmadan birbirleriyle etkileşim halindedir. Yapının yenilenmesi sırasında lobi alanında müdahaleler yapıldığı anlaşılmaktadır. Döşemede kot farklılıklarıyla mekanlarda değişen fonksiyonlar öne çıkarılmış, ara merdivenle mekansal süreklilik sağlanmıştır. Zemin katta kahvaltı salonu olarak belirtilen 12 m²'lik alan dışarıya kafe olarak da hizmet vermektedir. Ancak mekanın bu işlevleri doğrultusunda boyutları ve donatılar arası mesafeleri yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle kolonlar arasındaki alan dışarıya bakan bar sandalyeleri ile değerlendirilmiştir (Şekil 4.7). Lobide tuğla kaplama ve cam malzemelerinin bir arada kullanılması ile zıtlığın uyumu sağlanmıştır. Mekanda antika özelliği olan ve müşteriler tarafından satın almaya açık bir çok obje bulunmaktadır. Yapının plan şeması incelendiğinde genel mekanlarda mekansal organizasyonun başarılı bir şekilde çözüldüğü görülmektedir. Yatak katlarında sirkülasyonun yoğun olduğu merdiven alanının tam karşısında konumlanan odalar ise mahremiyet açısından sıkıntı oluşturmaktadır. Yaklaşık 7- 8 ve 10 m² arasında değişen çift kişilik odalar (ıslak hacim hariç) oldukça küçüktür. Mekanlar kullanışlı ve işlevsel değildir. Oda içinde dolaşım alanları oldukça sınırlıdır. Bununla birlikte yatak odalarında makyaj masası gibi donatı elemanlarının duvara sabit ve yerden yüksek olması, mekanın ergonomik açıdan kullanımını kolaylaştırmaktadır. Otelde gelecekte farklı fonksiyonlara olanak sağlayacak genişlikte, kafe olarak hizmet veren teras katının bulunması mekansal açıdan esnekliği mümkün kılmaktadır.



Şekil 4.7. Araf Otel lobi ve oturma alanları (URL-6)

Araf Otel Görsel Tasarım ve Görsel Algılama Değerlendirmesi

Zemin kattaki genel mekanlar özgün donatı elemanları ve kontrast renklerle kullanıcının ilgisini çekmektedir. Mekanda yerel dekorasyon ve mobilyalar ön plandadır. Cephe ve lobide sarı renk kullanımı ile davetkar bir etki bırakılmaktadır. Bu samimi etki yatak odalarında halı kullanımı ile sürdürülmüştür. Odalarda hakim olan renk beyazdır. Yatak başlarındaki duvarlar her odada kırmızı, yeşil, mavi, sarı, mor, turkuaz olmak üzere farklı renklere sahiptir (Şekil 4.8). Banyolar bu konsept doğrultusunda oda ile aynı renkte ışıklandırılmıştır. Aydınlatmalar, tavanlarda motif desenleri, otelin kimliğini yansıtan çizgilerin perde, yastık ve örtülerde kullanımı ile mekanlar arasında bütünlük ve süreklilik sağlanmıştır. Mekanlardaki malzeme ve donatı elemanları fonksiyonel, özgün ve estetikdir.



Şekil 4.8. Araf Otel bireysel kullanım alanları (URL-6)

Araf Otel Fiziksel Konfor Değerlendirmesi

Genel mekanlarda ve odalarda kullanılan aydınlatma elemanları yenilikçi ve moderndir. Duvara sabit aydınlatma armatürleri, aşırı parlaklığı önleyecek şekilde tavandan uzakta konumlandırılmıştır. Yarı direkt aydınlatma elemanları kullanılarak ışık; tezgah, masa gibi yüzeylere ve tavana yönlendirilmiştir.

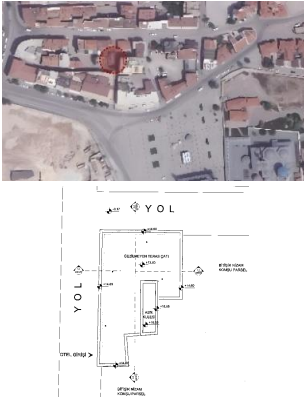


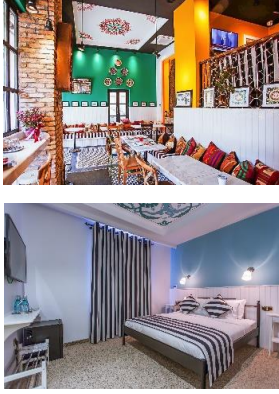

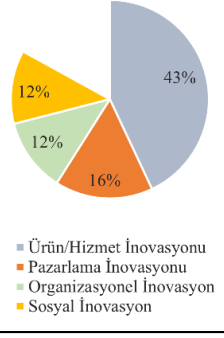


Şekil 4.9. Araf Otel ıslak hacimleri (URL-6)

Odalarda klima, mini bar ve düz ekran televizyon bulunmaktadır. Akıllı turizm uygulamaları düşünüldüğünde otelin teknolojik donanım imkanları yeterli değildir. Otelde duman alarmları, ortak alan ve tesis dışında güvenlik kamerası ve yangın söndürücüler bulunmaktadır ancak kıymetli eşya güvenliği için odalarda dijital kasa yoktur, resepsiyonda emanet kasa hizmeti sunulmaktadır (URL-7). Ses ve gürültüyü önleyici bazı kontrol sistemleri kullanılarak ses geçirmez odalar oluşturulmuştur. Çevre dostu ısıtma-soğutma ve elektrik sistemleri kullanılmaktadır (URL-4).

Butik otelin hijyen, termal ve akustik konfor özellikleri Tripadvisor ve Hotels.com isimli mobil uygulamalardaki yorum ve puanlamalar doğrultusunda incelenmiş; otelin temiz (9,5/10), bakımlı, sıcak su ve ısıtma-soğutma sistemlerinin yeterli, çevre dostu (9,2/10), sessiz olduğuna ulaşılmıştır (URL-8). Otelin teras katında dışarıya açık, halkın faydalanabileceği kafe hizmeti vermesi ile sosyal anlamda sürdürülebilirlik sağlanmaktadır.

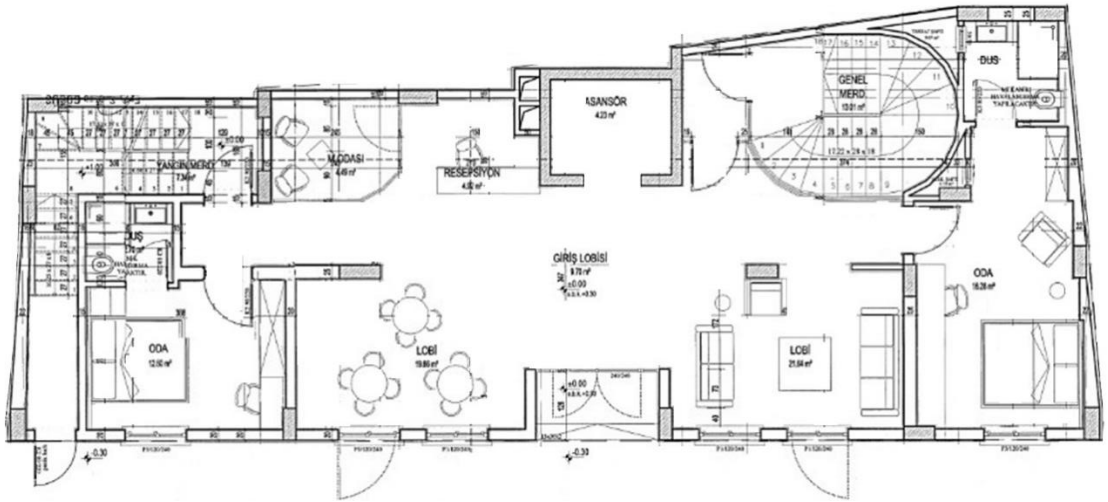
Tablo 4.2. Araf Otel'in Puanlama ve Analiz Tablosu

YAPININ ADI: ARAF HOTEL		YAPI NO: 1				
KONUM	CEPHE	İNOVASYON ANALİZİ				
		SAĞLAYICI <input checked="" type="checkbox"/> DESTEKLEYİCİ <input type="checkbox"/> PUAN				
		DİŞ MEKAN ANALİZİ	KONUM/ETKİSİ	a	2	
	b		2			
	c		2			
YÖNLENME						
ULAŞIM/ERİŞİLEBİLİRLİK			1			
ENGELLİ ERİŞİMİ						
A YIRT EDİCİLİK			4			
KENT DOKUSUNA UYUM			1			
OKUNABİLİRLİK						
MANZARA						
ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN	MEKANSAL ORGANİZASYON				
		KARAKTER/KİMLİK		4		
		ESNEKLİK	4			
		İŞLEVSELLİK/FONKSİYONELLİK				
ANALİZ SONUCU		İÇ MEKAN ANALİZİ				
		GÖRSEL TASARIM				
		RENK		3		
		GÖRSEL ALGILAMA	MALZEME/DOKU	a	4	
				b	4	
		FİZİKSEL KONFOR	ARMONİ/UYUM	a		
					b	2
					c	2
		MEKANSAL ORGANİZASYON	ZİTLİK	a	3	
					b	3
					c	3
		GÖRSEL ALGILAMA	TEKRAR/RİTİM		2	
			ÖZGÜN DONATI ELEMANLARI		4	
			BÜTÜNLÜK/BİRLİK		1	
		FİZİKSEL KONFOR	BENZERLİK		1	
			SÜREKLİLİK		1	
			GÜVENLİLİK			
		FİZİKSEL KONFOR	A YDINLATMA		4	
			HİJYEN/TEMİZLİK		1	
			TERMAL KONFOR		3	
		FİZİKSEL KONFOR	AKUSTİK KONFOR		2	
			TEKNOLOJİK DONANIM			
			SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	a	4	
				b	4	
				c	4	
		(83/100) TOPLAM		83		

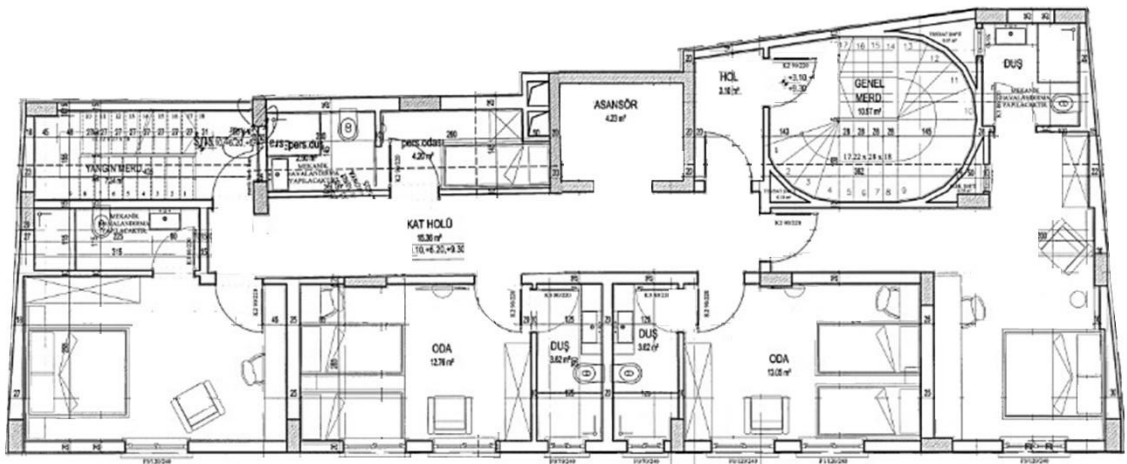
4.3.2. Bablin Butik Otel

Bablin Butik Otel, Aziziye Mahallesi, Ayan Bey Sokak'ta yer almaktadır. Yıkıntı durumdaki konutun yenilenmesiyle 2018'de butik olarak hizmet vermeye başlamıştır.

150 m² yüzölçümüne sahip yapı bodrum + zemin + 3 kattan oluşmaktadır. Yapının bodrum katında personel odası ve teknik hacimler bulunmaktadır. Araçla gelen müşterileri için özel park yeri hizmeti sunmaktadır. Zemin katında resepsiyon, oturma alanı ve çift kişilik iki oda yer almaktadır (Şekil 4.10). Teras katında kahvaltı ve yemek servisi verilmektedir. 5 farklı oda tipi ile toplam 17 odası bulunmaktadır. Premium olarak isimlendirilen 17 m²'lik odalar otelin en geniş ve en konforlu odalarıdır. 13-15 m² arasında değişen çift kişilik odalarının yanında, plan şemasında personel odası olarak belirtilen 4 m² alan, tek kişilik oda olarak hizmet vermektedir (Şekil 4.11).



Şekil 4.10. Bablin Butik Otel zemin kat plan şeması (Karatay Belediyesi arşivi)



Şekil 4.11. Bablin Butik Otel birinci-ikinci-üçüncü kat plan şeması (Karatay Belediyesi arşivi)

Butik otel yönetmeliğine göre otelin sağlamış olduğu kriterler şu şekildedir (Tablo 4.3).

Tablo 4.3. Bablin Otel'in butik otel yönetmeliğine göre analizi

YAPININ ADI : BABLİN BUTİK OTEL		YAPI NO: 2
ODA SAYISI: 17		YATAK SAYISI: 20
BUTİK OTEL YÖNETMELİĞİ		
Oda Sayısı (10/60)		X
Özel Tasarım / Antika Tefriş, Dekorasyon, Donatı Malzemeleri		X
Alakart Hizmet Veren Restoran		X
Resepsiyon-Lobi'de Yatak Kapasitesinin %25'i Oranında Oturma Alanı		X
Yönetim Odası		X
Genel Mahallerde Klima		X
Genel Mahallerde ve Odalarda Wifi		X
5 Yıldızlı Otel Niteliğinde Konforlu Yatak Odaları		X
Oda Banyolarında Aydınlatmalı Ayna		X
Bagaj Odası		X
Çamaşır Yıkama / Ütüleme Hizmeti		X
Otopark Hizmeti		X
Deneyimli İdari /Personel		X
Çok Amaçlı Salonu/Toplantı Salonu/Tiyatro Salonu/Sinema Salonu/Lokanta/Kafeterya/Kahvaltı Salonu Ünitelerinden En Az Biri		X

Bablin Butik Otel Dış Mekan Değerlendirmesi

Butik otel konum olarak kent merkezine ve Mevlana Türbesi'ne oldukça yakındır. Tekrarlanan cephe elemanları ile oteli temsil eden okunabilir bir cephe karakteri vardır. Yapının en boy yüksekliği ve kullanılan mermer kaplama malzemesi çevresindeki doku ile uyumludur. Bazı odaları ve teras katı Mevlana Türbesi manzarasına sahiptir (URL-9). Otelin otantik kimliği dış mekanda da kendini göstermektedir. Oymalı çift kapılı giriş, kişide şık ve özel bir yapıya girmiş izlenimi bırakmaktadır. Ancak üç basamaklı ve 1 metre derinliğindeki bu alan engelli erişimi için problem oluşturmaktadır.



Şekil 4.12. Bablin Butik Otel cephesi (URL-10 ve URL-11)

Bablin Butik Otel Mekansal Organizasyonu

Otelin girişi ve lobi alanında dolaşımı sınırlandıran öğeler yoktur. Sirkülasyon alanları, mekan büyüklükleri ve donatılar arası mesafe yeterlidir. İşlevsel bir plan organizasyonuna sahiptir. Resepsiyon ve asansör hemen girişin karşı tarafında algılanabilir bir konumdadır. Lobi mekanında kullanıcı sayısı göz önüne alınarak oturma alanları oluşturulmuştur. Kahvaltı alanı ve restoran olarak hizmet veren yarı açık teras ile genel mekanlar çok amaçlı işlevlere imkan veren esnek mekanlar olarak kurgulanmıştır. Çift kişilik odalar kullanım ve konfor açısından ideal büyüklüktedir. Oda içinde ve dışında dolaşım alanları yeterlidir.

Bablin Butik Otel Görsel Tasarım ve Görsel Algılama

Oturma alanları ve resepsiyondan oluşan genel mekan, otantik tasarımıyla dikkat çekmektedir. El dokuması halılar, oymalı mobilyalar, duvar kağıtları ve gold detaylar mekana hakimdir. Dairesel ve köşeli formdaki öğelerle zıtlık sağlanmıştır. Duvar ve tavanlarda dekoratif aydınlatma elemanları kullanılmıştır. Ahşap kaplama malzemeleri, aydınlatma rengi olarak sıcak beyaz ışık kullanımı mekanda samimi ve sıcak bir etki oluşturmaktadır. Resepsiyon bankosu, asansör girişi ve ahşap kolon üzerindeki gold renkte desenler tekrarlayıcı öğeler olarak karşımıza çıkmaktadır (Şekil 4.13).



Şekil 4.13. Bablin Butik Otel lobi ve resepsiyon alanı (URL-10)

Otelin genel konsepti odalarda devam ettirilmiş, özgün donatı elemanlarına uygun duvar kağıtları ve mobilya renkleri tercih edilmiştir. Tablolar, dekoratif objeler ve aydınlatma armatürleri ile mekanlar arasında bütünlük yakalanmıştır. Desen, renk ve malzemelerin birbiriyle uyumlu olmasına dikkat edilmiştir. Odalardaki görsel etki ıslak hacimlerde de otantik donatılar, koyu renk zemin, duvar malzemeleri ile sürdürülmüştür.



Şekil 4.14. Bablin Butik Otel bireysel kullanım alanları (URL-9)



Şekil 4.15. Bablin Butik Otel ıslak hacimleri (URL-9)



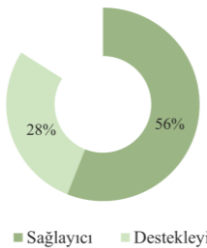
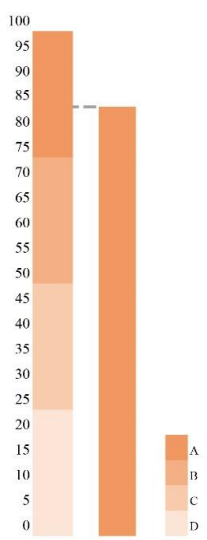
Bablin Butik Otel Fiziksel Konfor

Odalarda mekânsal konforu sağlayan klima, mini bar, oda servisi ve şeffaf ayna olarak adlandırılan ayna arkası gizli ekran sistem gibi donatılar bulunmaktadır (URL-12). Bu elektronik sistem sayesinde mekanın görsel konforu da bozulmamaktadır. Kullanıcının isteğine göre yastık menüsü sunulmaktadır. Resepsiyonda emanet kasa hizmeti sunulmakla birlikte oda içinde kasa yer almamaktadır. Güvenlik açısından duman alarmları, ortak alan ve tesis dışında güvenlik kamerası, yangın söndürücüler bulunmaktadır (URL-12).

Aydınlatma olarak resepsiyon bölümünde çoklu sarkıt armatürler kullanılması görsel olarak alana yönlenmeyi sağlamaktadır. Hol ve merdivenlerdeki tablolar özel olarak ışıklandırılmıştır. Genel mekan, odalar ve ıslak hacimlerin duvarlarındaki noktasal aydınlatma elemanlarıyla mekanda şık bir izlenim oluşturulmuştur.

Butik otelin hijyen, termal ve akustik konfor özellikleri Tripadvisor ve Hotels.com isimli mobil uygulamalardaki yorum ve puanlamalar doğrultusunda incelenmiş; otelin, temiz (9,6/10), bakımlı, akustik, termal konfor ve çevre dostluğu (9,0/10) açısından yeterli olduğuna ulaşılmıştır (URL-13). Otelin dışarıya açık, halkın faydalanabileceği mekânsal alanlar ya da projeler konusunda uygulamaları olmadığı için sosyal sürdürülebilirlik açısından zayıf kalmaktadır.

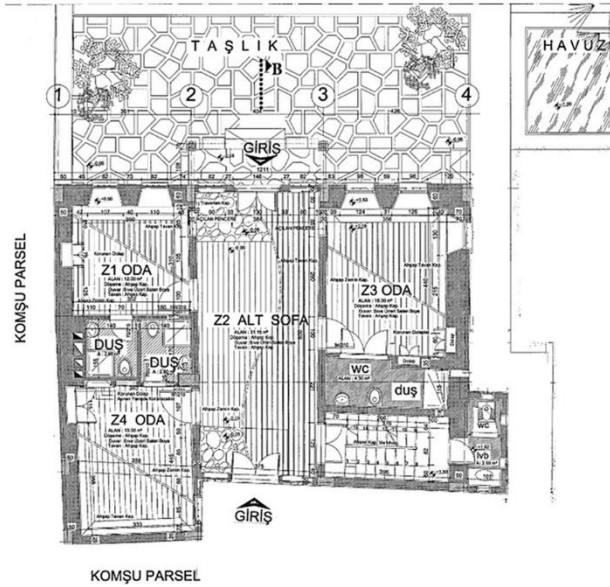
Tablo 4.4. Bablin Butik Otel'in Puanlama ve Analiz Tablosu

YAPININ ADI: BABLİN BUTİK OTEL		YAPI NO: 2				
KONUM	CEPHE	İNOVASYON ANALİZİ				
		SAĞLAYICI <input checked="" type="checkbox"/>	PUAN			
		DESTEKLEYİCİ <input type="checkbox"/>				
ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN	DİŞ MEKAN ANALİZİ	KONUM/ETKİSİ	a	2	
				b	2	
	c		2			
YÖNLENME			1			
ULAŞIM/ERİŞİLEBİLİRLİK			1			
ENGELLİ ERİŞİMİ						
A YIRT EDİCİLİK			4			
KENT DOKUSUNA UYUM			1			
OKUNABİLİRLİK			1			
MANZARA			2			
ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN	MEKANSAL ORGANİZASYON	KARAKTER/KİMLİK		4	
			ESNEKLİK		4	
İŞLEVSELLİK/FONKSİYONELLİK			1			
SİRKÜLASYON			1			
MEKANSAL KONFOR	a		4			
	b		4			
ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN		GÖRSEL TASARIM	RENK		3
				MALZEME/DOKU	a	4
	b			4		
ARMONİ/UYUM	a			2		
	b	2				
	c	2				
ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN	İÇ MEKAN ANALİZİ		ZİTLİK	a	3
					b	3
	c					
TEKRAR/RİTİM				2		
ÖZGÜN DONATI ELEMANLARI			4			
ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN		GÖRSEL ALGILAMA	BÜTÜNLÜK/BİRLİK		1
				BENZERLİK		1
SÜREKLİLİK				1		
ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN		FİZİKSEL KONFOR	GÜVENLİLİK		
				A YDINLATMA		4
HÜYEN/TEMİZLİK		1				
TERMAL KONFOR		3				
AKUSTİK KONFOR		2				
TEKNOLOJİK DONANIM						
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	a	4				
	b	4				
	c					
ANALİZ SONUCU						
 <p>■ Sağlayıcı ■ Destekleyici</p>	 <p>■ Ürün/Hizmet İnovasyonu ■ Pazarlama İnovasyonu ■ Organizasyonel İnovasyon ■ Sosyal İnovasyon</p>					
		(84/100) TOPLAM				
		84				

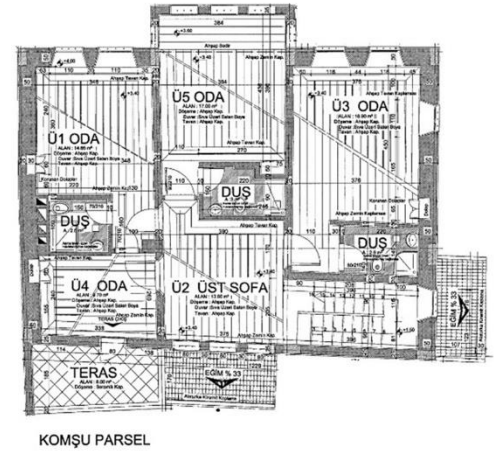
4.3.3. Dervish Otel

Dervish Otel, Aziziye Mahallesi Şehit Nazım Bey Caddesi Güngör Sokak'ta bulunmaktadır. Yaklaşık 200 yıllık bir geçmişi olan Osmanlı dönemine ait bu tarihi konak 2011 yılında restore edilmiş ve butik otel olarak yeniden işlevlendirilmiştir.

Yaklaşık 100 m² yüz ölçümüne sahip yapı bodrum + 2 kattan oluşmaktadır. Bahçesinde otopark alanı ve havuzlu yeşil alan bulunmaktadır. Yapının bodrum katında mutfak ve kahvaltı salonu yer almaktadır. Zemin katında girişte küçük bir resepsiyon alanı, üç adet misafir odası, üst katta ise sofa bölümünün odaya dönüştürülmesiyle elde edilen odayla birlikte 4 odası vardır. Oldukça küçük olan otel, farklı büyüklüklerde 7 odası ve 12 adet yatak sayısı ile hizmet vermektedir.



Şekil 4.16. Dervish Otel zemin kat plan şeması (Karatay Belediyesi arşivi)



Şekil 4.17. Dervish Otel birinci kat plan şeması (Karatay Belediyesi arşivi)

Butik otel yönetmeliğe göre otelin sağlamış olduğu kriterler tabloda şu şekilde gösterilmiştir (Tablo 4.5).

Tablo 4.5. Dervish Otel'in butik otel yönetmeliğine göre analizi

YAPININ ADI : DERVİŞ OTEL		YAPI NO: 3
ODA SAYISI: 7	YATAK SAYISI: 12	
BUTİK OTEL YÖNETMELİĞİ		
Oda Sayısı (10/60)		
Özel Tasarım / Antika Tefriş, Dekorasyon, Donatı Malzemeleri		X
Alakart Hizmet Veren Restoran		
Resepsiyon-Lobi'de Yatak Kapasitesinin %25'i Oranında Oturma Alanı		
Yönetim Odası		X
Genel Mahallerde Klima		
Genel Mahallerde ve Odalarda Wifi		X
5 Yıldızlı Otel Niteliğinde Konforlu Yatak Odaları		
Oda Banyolarında Aydınlatmalı Ayna		X
Bagaj Odası		X
Çamaşır Yıkama / Ütüleme Hizmeti		X
Otopark Hizmeti		X
Deneyimli İdari /Personel		X
Çok Amaçlı Salonu/Toplantı Salonu/Tiyatro Salonu/Sinema Salonu/Lokanta/Kafeterya/Kahvaltı Salonu Ünitelerinden En Az Biri		X

Dervish Otel Dış Mekan Değerlendirmesi

Eski Konya evlerinin yer aldığı tarihi doku içerisinde bulunan butik otel, konum olarak Mevlana Türbesi ve Mevlana Kültür Merkezine oldukça yakındır. Etrafında genelde eski konutlar bulunduğu ve kentsel dönüşüm süreci gerçekleştiği için turist yoğunluğunun az olduğu sakin bir noktadadır. Cephesi korunan bir Türk evi olmasından dolayı dışarıdan otel izlenimi zayıf kalmaktadır. Ancak bahçesi ve diğer yapılar içinde dikkat çeken cephesi yapıya yönlenme etkisini artırmaktadır. Engelli bireyler için otelin imkânları ve caddenin arkasında kalan odaların manzarası oldukça kısıtlıdır. Geleneksel Türk evi mimarisi, otelin kimliğini oluşturmaktadır.



Şekil 4.18. Dervish Otel cephesi (URL-14)

Dervish Otel Mekansal Organizasyonu

Girişte küçük bir alanı resepsiyona ayrılan butik otelin oturma ve bekleme alanı bulunmamaktadır (Şekil 4.19). Yapı yenilenirken üst kattaki sofanın bir bölümü odaya dönüştürülmüş bu nedenle eskisine göre dolaşım alanı küçülmüştür. Az odalı otel için 17 m²'lik bu alan yeterli olmaktadır. Bodrum kattaki kahvaltı salonu tepe pencereleriyle aydınlatılmaktadır, ancak doğal aydınlatma yetersizdir. Yapının mevcut şartlarından dolayı esnek mekan anlayışı yeterince karşılanamamaktadır. İki ya da üç kişilik 17-12 m² arasında değişmekte olan odaları, kullanışlı ve işlevseldir. Gömme dolaplar mekanın kullanımını kolaylaştırmaktadır. 2,60 m² olan banyoları ise oldukça küçüktür.



Şekil 4.19. Dervish Otel resepsiyon alanı (URL-15)

Dervish Otel Görsel Tasarım ve Görsel Algılama

Yerel tarzda yenilenen tarihi ve geleneksel yapı, özellikle yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. Mekanda birçok antika obje, el dokuması halı ve kilim sergilenmektedir. Türk geleneği sürdürülerek, otelin girişinde misafirlerin ayakkabılarını çıkarmaları istenmektedir. Halı, yerel mobilyalar ve sıcak renk aydınlatma kullanımı ile samimi bir ev ortamı sağlanmıştır. Tavan, döşeme ve mobilyalardaki ahşap malzemeler,

dekoratif ve fonksiyoneldir. Mekanlarda zıtlık etkisi oluşturacak öğelere rastlanmamaktadır. Geleneksel Konya evlerinde sıklıkla görülen ahşap çıtalı tavan döşemesi ile mekan hareketlilik ve ritim kazanmıştır. Birbirine uyumlu perde, yatak örtüsü ve halılar mekandaki diğer donatı elemanları ile benzerlik içerisindedir. Bu durum diğer odalarda da sağlandığı için mekanlar süreklilik kazanmıştır (Şekil 4.20). Ancak ıslak hacimlerin tasarımı otelin tarihi dokusuyla bütünlük oluşturmamaktadır.



Şekil 4.20. Dervish Otel bireysel kullanım alanları (URL-16)

Dervish Otel Fiziksel Konfor

Odalarda klima ve düz ekran televizyon bulunmaktadır ancak minibar yoktur. Oda içinde müşterilerin değerli eşyalarını bırakabileceği kasa bulunmamaktadır. Otelin güvenliği özel park yerindeki kamera sistemi ile sağlanmaktadır (URL-17). Otel teknolojik donanım ve güvenlik açısından yetersizdir. Odalarda ses ve gürültüye karşı yalıtım önlemleri alınmıştır. Yatak başlarında yarı direkt aydınlatma kullanımı yumuşak ve gölgesiz bir etki bırakmaktadır. Islak hacim ve resepsiyonlarda aydınlatma öğeleri fonksiyon ve estetik açıdan yetersizdir.



Şekil 4.21. Dervish Otel ıslak hacimleri (URL-16)

Butik otelin hijyen, termal ve akustik konfor özellikleri Tripadvisor ve Hotels.com isimli mobil uygulamalardaki yorum ve puanlamalar doğrultusunda incelenmiş; otelin temiz (9,8/10), bakımlı, sıcak su ve ısıtma-soğutma sistemlerinin yeterli ve sessiz olduğuna ulaşılmıştır. Çevre dostluğu puanı 8,7/10 olan otel çevresel sürdürülebilirlik açısından yeterli düzeydedir (URL-18). Yerli ve yabancı turistlere otelin bahçesindeki hacimde el dokuma halıların satışı yapılarak sosyal sürdürülebilirlik sağlanmaktadır.

Tablo 4.6. Dervish Otel'in Puanlama ve Analiz Tablosu

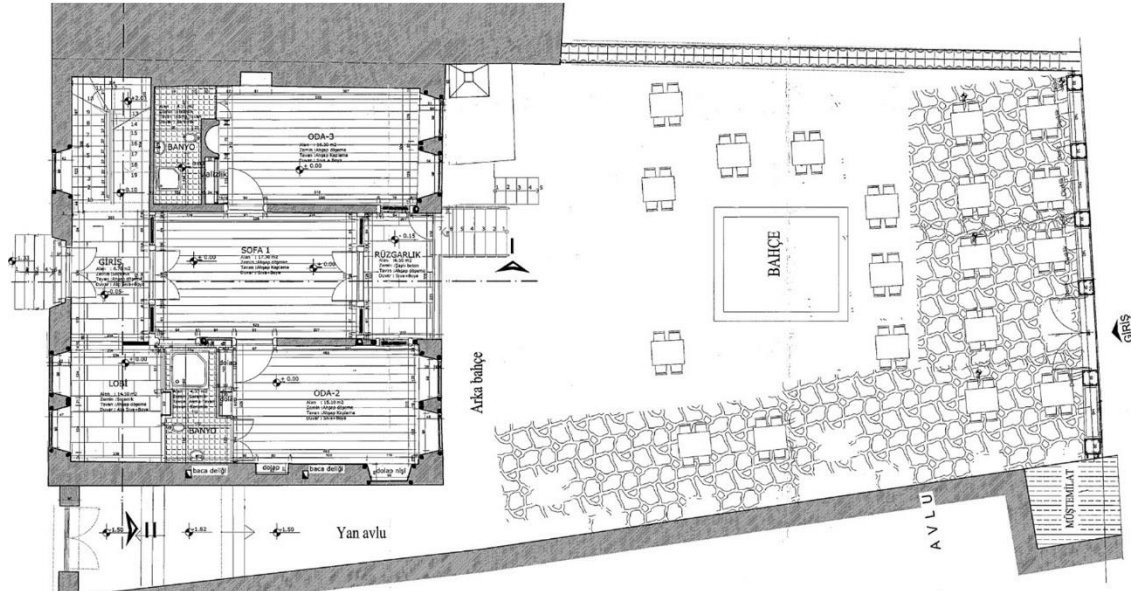
YAPININ ADI: DERVİŞ OTEL		YAPI NO: 3			
KONUM	CEPHE	İNOVASYON ANALİZİ			
		SAĞLAYICI <input checked="" type="checkbox"/> DESTEKLEYİCİ <input type="checkbox"/>	PUAN		
		DİŞ MEKAN ANALİZİ	KONUM/ETKİSİ	a	2
	b		2		
	c		2		
YÖNLENME			1		
ULAŞIM/ERİŞİLEBİLİRLİK			1		
ENGELLİ ERİŞİMİ					
A YIRT EDİCİLİK			4		
KENT DOKUSUNA UYUM			1		
OKUNABİLİRLİK					
MANZARA					
ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN	KARAKTER/KİMLİK	4		
		ESNEKLİK			
		İŞLEVSELLİK/FONKSİYONELLİK			
		SİRKÜLASYON	1		
ANALİZ SONUCU		MEKANSAL ORGANİZASYON	MEKANSAL KONFOR	a	
				b	
		GÖRSEL TASARIM	RENK		3
			MALZEME/DOKU	a	4
				b	4
			ARMONİ/UYUM	a	2
				b	2
				c	2
		ZİTLİK	a		
			b		
c					
TEKRAR/RİTİM		2			
ÖZGÜN DONATI ELEMANLARI		4			
GÖRSEL ALGILAMA	BÜTÜNLÜK/BİRLİK				
	BENZERLİK		1		
FİZİKSEL KONFOR	SÜREKLİLİK		1		
	GÜVENLİLİK				
	A YDINLATMA				
	HİJYEN/TEMİZLİK		1		
	TERMAL KONFOR		3		
	AKUSTİK KONFOR		2		
	TEKNOLOJİK DONANIM				
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	a	4			
	b	4			
	c	4			
(61/100) TOPLAM			61		

4.3.4. Hich Otel

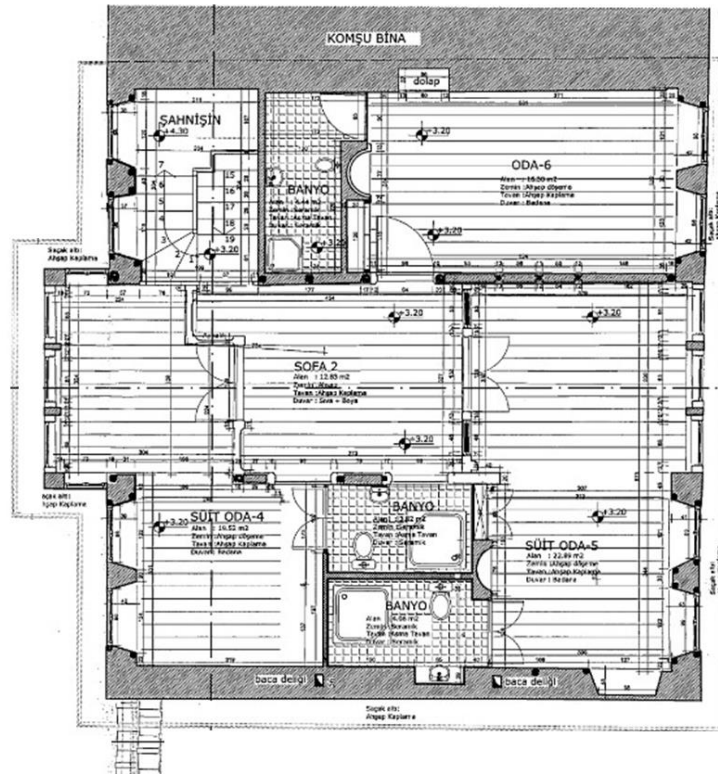
Aziziye Mahallesi, Celal Sokak'ta yer alan Hich Otel konumu itibariyle Mevlana Türbesi'ne oldukça yakındır. Yapının arka cephesi Mevlana Dergahı'nın güneyinde bulunan Amil Çelebi Sokak'a bakmaktadır. Tarihi doku içerisindeki kent merkezinde bulunan yapının yakın çevresinde otel ve turistik amaçlı ticari mekanlar yer almaktadır. Özel konuma sahip, bitişik iki geleneksel Konya Evi'nin 2012 yılında yeniden işlevlendirilmesiyle butik otel olarak hizmet vermeye başlamıştır. Konutların 20. yy. ilk yarısında inşa edildiği düşünülmektedir (Aydın, Yıldız ve Sıramkaya, 2019).

415 m² yüz ölçümüne sahip yapı bodrum + 2 kattan oluşmaktadır. Şehrin geleneksel konut mimarisinde sıklıkla görülen iç sofalı plan tipine sahiptir. Ancak restorasyon sırasında özgün cephesi, malzemesi ve plan şemasına müdahaleler olmuş, butik otel standartlarına göre değişiklik ve düzenlemeler yapılmıştır. Aslına uygun olmayan müdahalelerle yapının orijinallikinden uzaklaşmıştır (Ceylan, 2019).

Serkan Vanlı-Recep Altınok Evi olarak bilinen birinci konut A blok, Mustafa Yıldırım Evi olarak bilinen 2. Konut ise B bloktur. A bloğun zemin katında Celal Sokak'tan merdivenle ulaşılan giriş ve resepsiyon alanı, iki misafir odası ve bahçeye açılan geniş bir sofa bulunmaktadır. Yapının bodrum katında mutfak, teknik hacimler ve yönetim odası vardır. Birinci kat ise 3 odası ile yatak katı olarak hizmet vermektedir.



Şekil 4.22. Hich Otel A Blok zemin kat plan şeması (Karatay Belediyesi arşivi)



Şekil 4.23. Hich Otel A Blok birinci kat plan şeması (Karatay Belediyesi arşivi)

B bloğun Celak Sokak girişi kapatılarak bu bölüm süit odaya dahil edilmiştir. Otele giriş yan avludan sağlanmaktadır. Binaların birbirine bağlanması bodrum katta tepe pencereleriyle aydınlatılan yemek salonunda gerçekleşmektedir (Aydın, Yıldız ve Sıramkaya, 2019). Her iki binanın zemin kat ve birinci katlarında farklı büyüklüklerde otel odaları yer almaktadır. A blokta 5, B blokta 8 oda olmak üzere toplam 13 oda bulunmaktadır. Oda içerisinde banyo-tuvalet mekanları oluşturabilmek ve oda düzenlemeleri yapabilmek için tarihi konutların plan şemasında bazı müdahaleler yapılmıştır (Ceylan, 2019).

Butik otel yönetmeliğe göre otelin sağlamış olduğu kriterler tabloda şu şekilde gösterilmiştir (Tablo 4.7).

Tablo 4.7. Hich Otel'in butik otel yönetmeliğine göre analizi

YAPININ ADI : HICH OTEL		YAPI NO: 4
ODA SAYISI: 13 YATAK SAYISI: 13		
BUTİK OTEL YÖNETMELİĞİ		
Oda Sayısı (10/60)		X
Özel Tasarım/ Antika Tefriş, Dekorasyon, Donatı Malzemeleri		X
Alakart Hizmet Veren Restoran		X
Resepsiyon-Lobi'de Yatak Kapasitesinin %25'i Oranında Oturma Alanı		
Yönetim Odası		X
Genel Mahallerde Klima		X
Genel Mahallerde ve Odalarda Wifi		X
5 Yıldızlı Otel Niteliğinde Konforlu Yatak Odaları		X
Oda Banyolarında Aydınlatmalı Ayna		X
Bagaj Odası		X
Çamaşır Yıkama / Ütüleme Hizmeti		X
Otopark Hizmeti		X
Deneyimli İdari /Personel		X
Çok Amaçlı Salonu/Toplantı Salonu/Tiyatro Salonu/Sinema Salonu/Lokanta/Kafeterya/Kahvaltı Salonu Ünitelerinden En Az Biri		X

Hich Otel Dış Mekan Değerlendirmesi

Butik otelin arka ve ön cepheden iki girişi bulunmaktadır. Bahçe girişi, Mevlana Müzesi ve gül bahçesi ile karşı karşıyadır. Ortak kullanıma hizmet veren bodrum kattaki yemek salonu dışarıdan gelen müşterilere de açıktır ve avlu da bu amaçla aktif olarak kullanılmaktadır. Yapı konumu, bahçesi ve cephesi ile kullanıcıyı otele yönlendirme ve dikkat çekme açısından başarılıdır. Kat yüksekliği, cephe elemanları ve malzemeleri bulunduğu tarihi doku ile uyumludur. Ancak geleneksel mimarisi nedeniyle cephe karakterinin oteli temsili yetersizdir. Özellikle iç mekânlarında birçok tarzın bir arada bulunduğu eklektik bir kimliği vardır. Yapıda gün ışığı ve manzarayla ilişki kurulmaktadır. Her iki girişteki basamaklar engelli bireyler için olumsuzluk oluşturmaktadır.



Şekil 4.24. Hich Otel cephesi (URL-19 ve URL-20)

Hich Otel Mekansal Organizasyon Değerlendirmesi

Butik otele dönüştürülmeden önce oda olarak kullanılan resepsiyon alanı, giriş holünün sağında dar bir alana konumlandırılmıştır. B blokta lobi alanı olmakla birlikte, rezervasyon işlemlerinin gerçekleştiği A blokta resepsiyon önü dışında oturma alanları bulunmamaktadır. Ortak kullanıma hizmet verdiği için gün içinde sirkülasyonu yoğun olan bu blok, mahremiyet ve gürültü açısından daha dezavantajlı durumdadır. Bodrum katta kafe ve restoran olarak kullanılan yaklaşık 90 m² büyüklüğündeki yemek salonu ortak kullanım için uygundur. 15 ve 22 m² arasında değişen yatak odaları ise mekânsal gereklilikleri karşılamaktadır. Donatı elemanları dolaşıma imkan verecek şekilde yerleştirilmiştir. Gömme dolap ve nişler mekanın kullanımını kolaylaştırmaktadır. 4 m² ıslak hacimleri ise küçük ama işlevseldir (Şekil 4.25).



Şekil 4.25. Hich Otel ıslak hacimleri (URL-20)

Hich Otel Görsel Tasarım ve Görsel Algılama Değerlendirmesi

Beyaz renge boyanan ahşap tavan döşemeleri ve duvarlar mekanda ferahlık algısı oluşturmaktadır. Zemin kat giriş kapılarında renkli vitray cam kullanımı ile kontrast etki artırılmıştır. Girişte seramik zemin kaplamalarının geometrik Selçuklu desenlerinden oluşması, mekanda tekrar/ritim ve zıtlık etkisi sağlayarak alanı özelleştirmiştir (Şekil 4.26). Resepsiyon ve yemek salonunda nostaljik ve yerel mimari hissedilirken, yatak odaları daha modern şekilde tasarlanmıştır. Bu donatılar, aydınlatma elemanları, metal yüzeyli çalışma masası ve sandalye olarak sıralanabilir. Odanın duvarında ahşap ve taş doku detayı dikkat çekmektedir. Anadolu motiflerinden oluşan dokuma halı, butik otele özgü samimi bir etki bırakmaktadır. Bütünde birbirine uyumlu tasarım anlayışı hakimdir (Şekil 4.27). Diğer mekanlarda da bu tasarım kararlarının sürdürülmesi ile otel içinde bütünlük sağlanmıştır.



Şekil 4.26. Hich Otel resepsiyon ve yemek salonu (URL-20)

Yemek salonunda taş duvar, ahşap tavan, kolon, kiriş ve yatay hatıllar olduğu gibi korunmuştur. Yeni ve eskiyi bir arada bulunduran mekan, özgün donatı elemanları, modern- klasik mobilyaları, dekorasyon malzemeleri ve aydınlatma elemanları ile dikkat çekmektedir (Şekil 4.26).





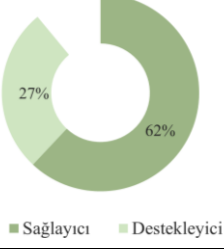
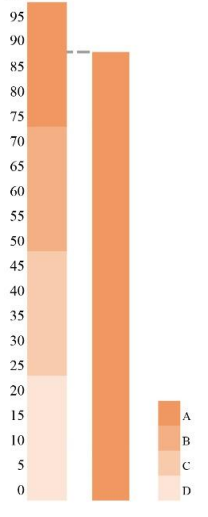
Şekil 4.27. Hich Otel bireysel kullanım alanları (URL-20)

Hich Otel Fiziksel Konfor Değerlendirmesi

Odalarda klima, kahve/çay makinesi, iphone dock sistemi, mini bar, emanet kasa ve led tv bulunmaktadır (URL-21). Oda içindeki güvenlik önlemine ek olarak ortak alanlar ve tesis dışında güvenlik kamerası, duman alarmları ve yangın söndürücüler vardır (URL- 22). Ses ve gürültüye karşı yalıtım önlemleri alınmıştır. Genel mekanlarda ve odalarda kullanılan aydınlatma elemanları yenilikçi ve moderndir. Odaların genel aydınlatması için lambader ve yatak başlarında hareketli spot armatrler kullanılmıştır. Yoğun aydınlatmadan kaçınılarak ortamda mistik ve yumuşak bir etki oluşturulmuştur. Vurgulayıcı ışık etkisi, mekanda ve objeler üzerinde estetik ve fonksiyonel aydınlatma tasarımı sağlamaktadır.

Butik otelin hijyen, termal ve akustik konfor zellikleri Tripadvisor ve Hotels.com isimli mobil uygulamalardaki yorum ve puanlamalar doğrultusunda incelenmiş; otelin temiz (9,6/10), bakımlı, sıcak su ve ısıtma-soğutma sistemlerinin yeterli, sessiz ve evre dostu (9,6/10) olduğuna ulaşılmıştır (URL-23). Dışarıya açık halkın da faydalanabildiği kafe/restoran hizmeti ile sosyal sürdürülebilirlik sağlanmaktadır.

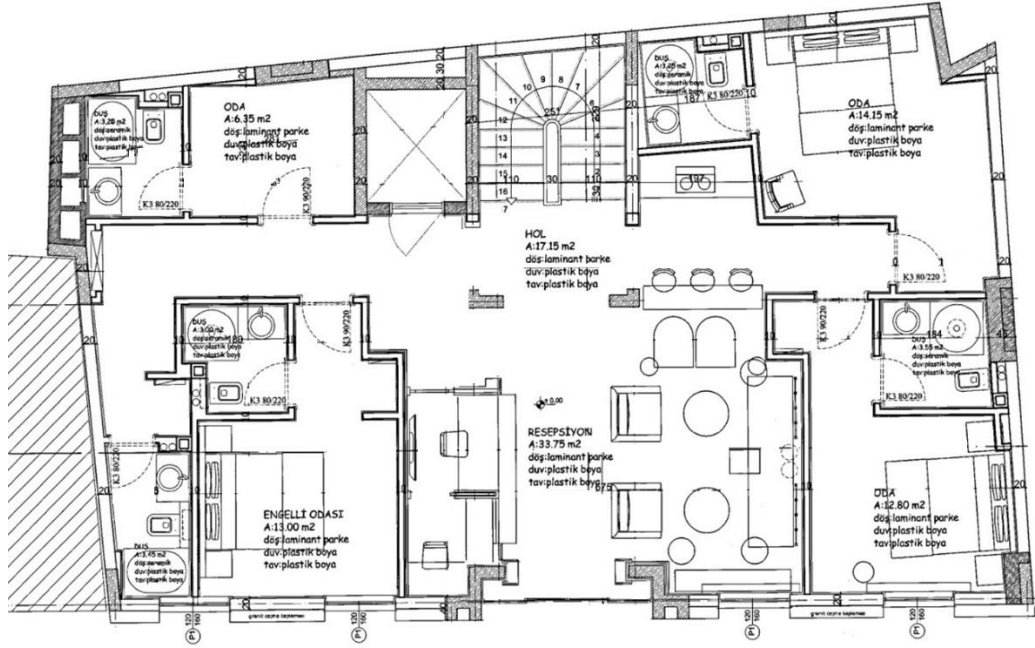
Tablo 4.8. Hich Otel'in Puanlama ve Analiz Tablosu

YAPININ ADI: HİCH OTEL		YAPI NO: 4			
KONUM	CEPHE	İNOVASYON ANALİZİ			
		SAĞLAYICI <input checked="" type="checkbox"/>	PUAN		
		DESTEKLEYİCİ <input type="checkbox"/>			
ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN	DİŞ MEKAN ANALİZİ	KONUM/ETKİSİ	a	2
				b	2
	c		2		
YÖNLENME			1		
ULAŞIM/ERİŞİLEBİLİRLİK			1		
ENGELLİ ERİŞİMİ					
A YIRT EDİCİLİK			4		
KENT DOKUSUNA UYUM			1		
OKUNABİLİRLİK					
MANZARA			2		
MEKANSALE ORGANİZASYON	GÖRSEL TASARIM	İÇ MEKAN ANALİZİ	KARAKTER/KİMLİK		4
			ESNEKLİK		4
İŞLEVSELLİK/FONKSİYONELLİK			1		
SİRKÜLASYON			1		
MEKANSALE KONFOR	RENK		a		
			b	4	
MALZEME/DOKU	ARMONİ/UYUM		a	2	
			b	2	
ZİTLİK	TEKRAR/RİTİM		c	2	
			a	3	
TEKRAR/RİTİM	ÖZGÜN DONATI ELEMANLARI	b	3		
		c	3		
GÖRSEL ALGILAMA	FİZİKSEL KONFOR	BÜTÜNLÜK/BİRLİK		1	
		BENZERLİK		1	
SÜREKLİLİK	GÜVENLİLİK			1	
		GÜVENLİLİK		3	
AYDINLATMA	HİJYEN/TEMİZLİK			4	
		AYDINLATMA		1	
TERMAL KONFOR	AKUSTİK KONFOR			3	
		AKUSTİK KONFOR		2	
TEKNOLOJİK DONANIM	SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK				
		a	4		
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	b	4		
		c	4		
ANALİZ SONUCU		(89/100) TOPLAM		89	
 <p>■ Sağlayıcı ■ Destekleyici</p>		 <p>■ Ürün/Hizmet İnovasyonu ■ Pazarlama İnovasyonu ■ Organizational İnovasyon ■ Sosyal İnovasyon</p>			

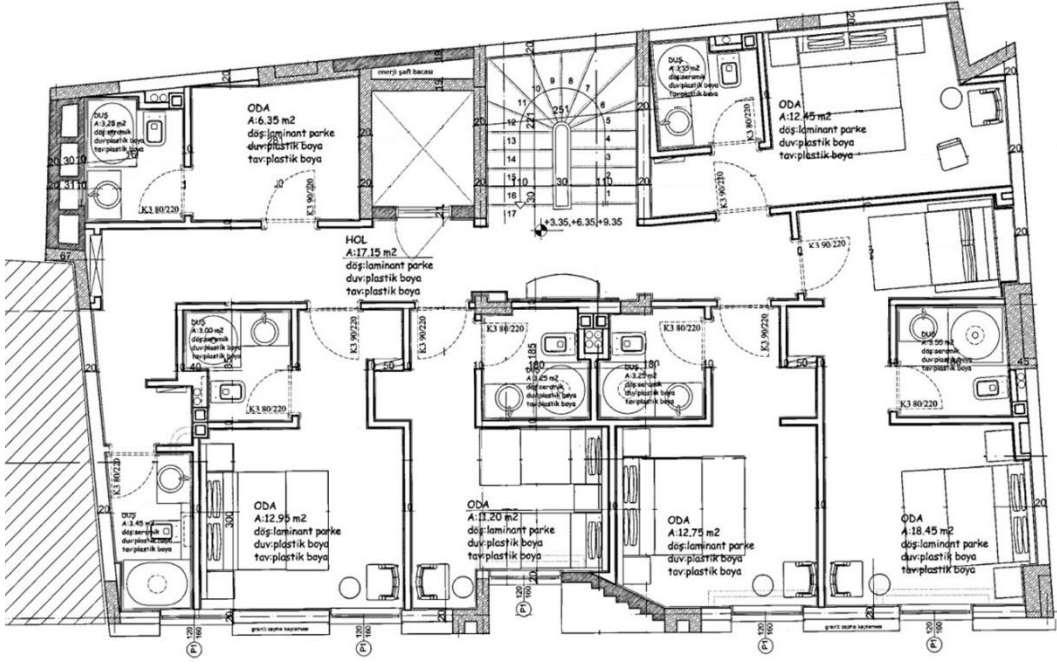
4.3.5. Ney Otel

Hotel Ney, Aziziye Caddesi, Ayan Bey Sokak'ta yer almaktadır. İş hanının yenilenmesiyle 2014 yılında butik olarak hizmet vermeye başlamıştır.

Bodrum + zemin + 3 kat + çatı katından oluşan yapıda 3 farklı oda tipi ile toplam 35 oda bulunmaktadır. Bölgedeki diğer otellere kıyasla nispeten büyüktür. Bodrum katında 8 kişilik özel amaçlı ve 100 kişilik çok amaçlı olan 2 adet toplantı salonu ve kahvaltı salonu yer almaktadır (URL-24). Zemin katta lobi, resepsiyon ve odalar, üst katlarda ise yatak katları bulunmaktadır.



Şekil 4.28. Ney Otel zemin kat plan şeması (Karatay Belediyesi arşivi)



Şekil 4.29. Ney Otel birinci-ikinci-üçüncü kat plan şeması (Karatay Belediyesi arşivi)

Butik otel yönetmeliğe göre otelin sağlamış olduğu kriterler tabloda şu şekilde gösterilmiştir (Tablo 4.9).

Tablo 4.9. Ney Otel'in butik otel yönetmeliğine göre analizi

YAPININ ADI : HOTEL NEY		YAPI NO: 5
ODA SAYISI: 35		YATAK SAYISI: 41
BUTİK OTEL YÖNETMELİĞİ		
Oda Sayısı (10/60)		X
Özel Tasarım / Antika Tefriş, Dekorasyon, Donatı Malzemeleri		X
Alakart Hizmet Veren Restoran		
Resepsiyon-Lobi'de Yatak Kapasitesinin %25'i Oranında Oturma Alanı		X
Yönetim Odası		X
Genel Mahallerde Klima		X
Genel Mahallerde ve Odalarda Wifi		X
5 Yıldızlı Otel Niteliğinde Konforlu Yatak Odaları		
Oda Banyolarında Aydınlatmalı Ayna		X
Bagaj Odası		X
Çamaşır Yıkama / Ütüleme Hizmeti		X
Otopark Hizmeti		X
Deneyimli İdari /Personel		X
Çok Amaçlı Salonu/Toplantı Salonu/Tiyatro Salonu/Sinema Salonu/Lokanta/Kafeterya/Kahvaltı Salonu Ünitelerinden En Az Biri		X

Ney Otel Dış Mekan Değerlendirmesi

Butik otel konum olarak şehir merkezindeki tarihi ve kültürel yerlere oldukça yakındır. Tekrarlanan cephe elemanları ile oteli temsil eden okunabilir bir cephe karakteri vardır. Yapının en boy yüksekliği ve cephe karakteri çevresindeki doku ile uyumludur. Cephede açık koyu renklerin kullanımı ve aydınlatma elemanları otelin diğer yapılardan ayırt edilmesini sağlamaktadır. Otel mekanları ve cephesine yansıyan özgün bir kimliği bulunmaktadır. Sokak kotunda merdevensiz ana giriş, engelli bireylerin otele erişimini kolaylaştırmaktadır. Manzara olarak bazı odaları arka cephede atıl bir alana bakmakta ve bodrum kattaki kahvaltılı salonu gün ışığı almamaktadır.



Şekil 4.30. Ney Otel cephesi (URL-25)

Ney Otel Mekansal Organizasyon Değerlendirmesi

Plan şemasında girişin hemen solunda bulunan resepsiyon alanı asansörün yanındaki oda bölümüne taşınmıştır. Böylelikle oda sayısı ile orantılı olarak geniş bir lobi mekanı çözümlenmiştir. Aynı zamanda girişte sirkülasyonu kesmesi önlenmiştir. Mekanın boyutları ve donatılar arası mesafeler yeterlidir. Yapının plan şeması ve görselleri incelendiğinde özellikle çatı katındaki odalarda dolaşım alanlarının kısıtlı olduğu görülmektedir. Bazı odalarda televizyonun yeri yatağın yanına konumlandırıldığı için konfor açısından olumsuzluk oluşturmaktadır (Şekil 4.32). Yaklaşık 13 m² olan standart yatak odalarının mekanın işlevleri doğrultusunda boyutları ve donatılar arası mesafeleri yetersiz kalmaktadır. Bodrum katında çok amaçlı, iş veya özel organizasyonlara göre düzenlenen salonları esnek mekan kurgusunu desteklemektedir.

Ney Otel Görsel Tasarım ve Görsel Algılama Değerlendirmesi

Otelin mekanlarında ahşap malzeme kullanımı ve geleneksel motifler hakimdir. Lobi alanında özgün donatı elemanları ve antika objeler sergilenmektedir (Şekil 4.31). Otelin girişindeki bordo renk halı mekana uyum sağlayarak sıcak, davetkar bir etki bırakmıştır. Zemin ve duvarların açık renk olması koyu renk ahşap öğelerin öne çıkmasını sağlamıştır. Odaların zemini diğer öğelerle uyumlu olacak şekilde ahşap parke ile kaplanmıştır. Bu doğrultuda birbirleriyle uyumlu perde ve yastak örtüleri kullanılmıştır. Tavanda dikkat çeken aydınlatma elemanı Selçuklu geometrik deseni ile süslenmiştir. Klasik tarz mobilyalar, sanatsal objeler, noktasal aydınlatma elemanlarının kullanımı ile otelin diğer mekanları arasında bütünlük ve süreklilik sağlanmıştır.



Şekil 4.31. Ney Otel lobi ve oturma alanları (URL-26)



Şekil 4.32. Ney Otel bireysel kullanım alanları (URL-26)

Fiziksel Konfor Değerlendirmesi


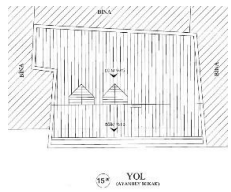

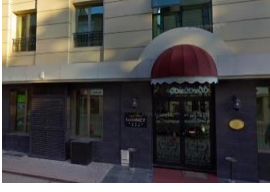
Odalarda klima, oda hizmeti, mini bar, düz ekran televizyon ve laptop tipi kasa bulunmaktadır. Güvenlik; duman alarmı, yangın söndürücüler, ortak alanlar ve tesis dışında güvenlik kamerası, resepsiyonda emanet kasa hizmeti ile sağlanmaktadır (URL-27). Akıllı turizm uygulamaları düşünüldüğünde otelin teknolojik imkanları yeterli değildir. Odaların ses yalıtımlı olduğu belirtilse de yetersiz olduğuna dair kullanıcı yorumları bulunmaktadır. Genel mekanlarda ve odalarda kullanılan aydınlatma elemanları yenilikçi ve moderndir. Odaların genel aydınlatması için spot armatürler ve büyük bir aydınlatma elemanı kullanılmıştır.



Şekil 4.33. Ney Otel ıslak hacimleri (URL-26)

Butik otelin hijyen, termal ve akustik konfor özellikleri Tripadvisor ve Hotels.com isimli mobil uygulamalardaki yorum ve puanlamalar doğrultusunda incelenmiş; otelin termal konfor açısından yeterli olduğuna ulaşılmıştır. Hijyen ve gürültü açısından ise yeterli olmadığı görülmüştür. Çevre dostluğu puanı 7,9/10 olan otelin çevresel sürdürülebilirliği yeterli değildir (URL-28). İşletmede, müşterilerinin dışında dışarıya açık kafeterya/restoran ya da etkinlik hizmetlerinin olmamasından dolayı sosyal sürdürülebilirlik anlayışı zayıftır.

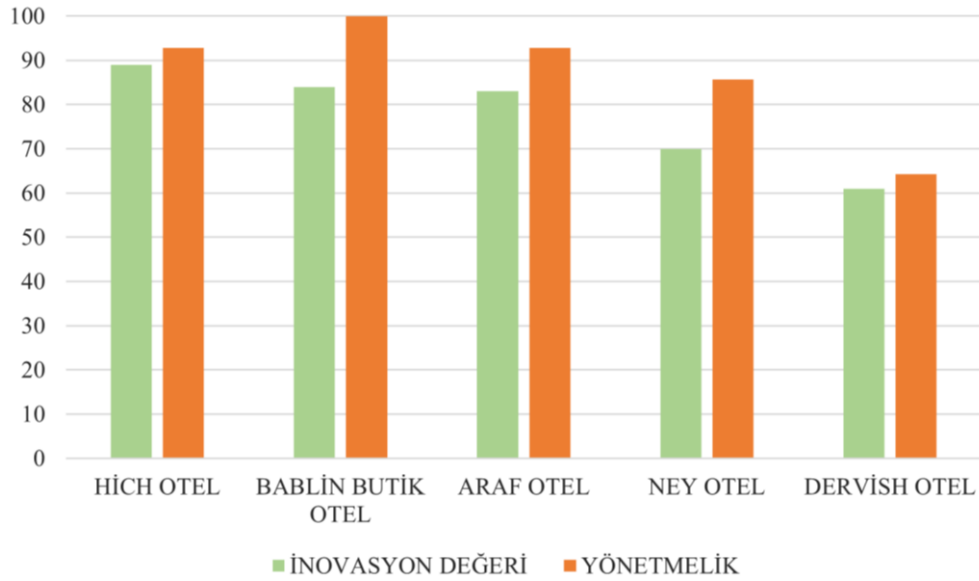
Tablo 4.10. Ney Otel'in Puanlama ve Analiz Tablosu

YAPININ ADI: HOTEL NEY		YAPI NO: 5				
KONUM	CEPHE	İNOVASYON ANALİZİ				
 	 	SAĞLAYICI <input checked="" type="checkbox"/>	PUAN			
		DESTEKLEYİCİ <input type="checkbox"/>				
ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN	DİŞ MEKAN ANALİZİ	KONUM/ETKİSİ	a	2	
				b	2	
	c		2			
YÖNLENME			1			
ULAŞIM/ERİŞİLEBİLİRLİK			1			
ENGELLİ ERİŞİMİ			2			
A YIRT EDİCİLİK			4			
KENT DOKUSUNA UYUM			1			
OKUNABİLİRLİK			1			
MANZARA						
KARAKTER/KİMLİK		4				
ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN	MEKANSAL ORGANİZASYON	ESNEKLİK		4	
			İŞLEVSELLİK/FONKSİYONELLİK			
SİRKÜLASYON			1			
MEKANSAL KONFOR	a		4			
	b					
ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN		GÖRSEL TASARIM	RENK		3
				MALZEME/DOKU	a	4
	b			4		
ARMONİ/UYUM	a					
	b			2		
	c	2				
ZİTLİK	a	3				
	b					
	c					
TEKRAR/RİTİM		2				
ÖZGÜN DONATI ELEMANLARI		4				
ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN	GÖRSEL ALGILAMA	BÜTÜNLÜK/BİRLİK		1	
			BENZERLİK		1	
SÜREKLİLİK			1			
ŞEMATİK PLANLAR	İÇ MEKAN	FİZİKSEL KONFOR	GÜVENLİLİK		3	
			A YDINLATMA		4	
HİJYEN/TEMİZLİK						
TERMAL KONFOR			3			
AKUSTİK KONFOR						
TEKNOLOJİK DONANIM						
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	a					
	b	4				
	c					
ANALİZ SONUCU		(70/100) TOPLAM		70		

4.4. Değerlendirme

Mevlana Bölgesi'nde öncesinde apartman, iş hanı ya da tarihi konak olarak kullanılmış yenilenerek yeniden işlevlendirilen beş butik otel inovasyon bağlamında değerlendirilmiştir. Sonuçlar, yapıları sistematik ve bütüncül şekilde ele alabilmek için öneri olarak geliştirilen sayısal analiz yöntemi ile grafiklerle ortaya konmuştur. Otellerin analizi sonucunda inovasyon değerlerine dair şu sonuçlara ulaşılmıştır: Müşteri ile ilişki, yenilikçi yaklaşımlar ve diğer tasarım kararlarıyla aralarında inovasyonunu en iyi sağlamış olan yapı Hich Otel'dir. Aralarında inovasyonu en zayıf olan butik otel ise Dervish Otel'dir. En yüksek değeri ifade eden A grubundaki yapılar sırasıyla Hich Otel (89/100), Bablin Butik Otel (84/100) ve Araf Otel (83/100) 'dir. İkinci sıradaki B grubunda ise Ney Otel (70/100) ve Dervish Otel (61/100) bulunmaktadır.

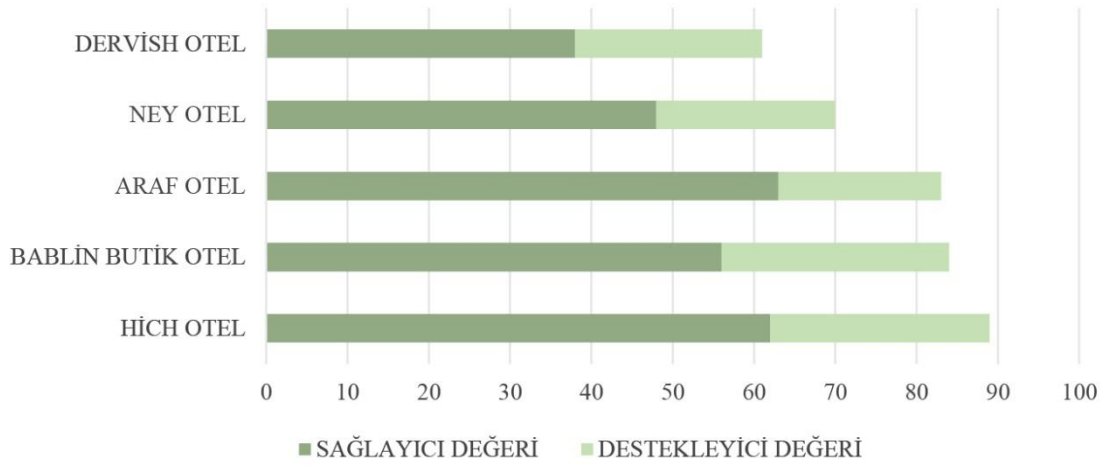
Turizm Bakanlığı'nın yayınladığı yönetmelikte sıralanan butik otel olma şartlarına dair yüzdelerle bir sonuca ulaşarak yapıların inovasyon değerleri ile aralarındaki ilişki karşılaştırılmak istenmiştir. İnovasyon olarak en düşük puanı alan Dervish Otel'in aynı zamanda butik otel olma şartlarını da yeterince karşılayamadığı görülmektedir (Şekil 4.34).



Şekil 4.34. Yapıların inovasyon değerleri ile butik otel yönetmeliğinin karşılaştırılması

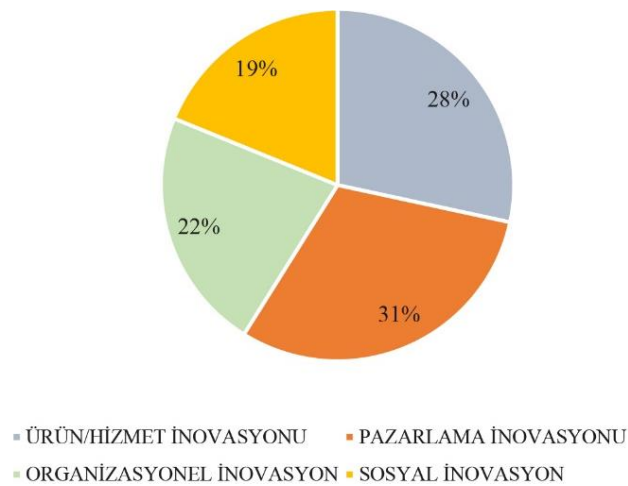
Butik otellerdeki birincil ve ikincil yenilikleri ifade eden sağlayıcı ve destekleyici inovasyon değerlerindeki çıkan sonuca göre, Dervish Otel neredeyse diğer oteller kadar inovasyonu destekleyen tasarım kararlarına sahiptir. Ancak inovasyona doğrudan etkisi olan esneklik, mekânsal konfor, zıtlık, aydınlatma, güvenilirlik, teknolojik donanım gibi

sağlayıcı yeniliklere daha az önem vermektedir. Hich Otel'in ise bu anlamda her iki alandaki yeniliklere eşit derece yöneldiği anlaşılmaktadır (Şekil 4.35).



Şekil 4.35. Yapıların yenilik değerlerinin karşılaştırılması

Butik oteller içerisinde inovasyonun en çok gerçekleştirildiği alan ürün/hizmet inovasyonu olmaktadır. İnovasyon çeşitlerinin yoğunluğu kendi arasında karşılaştırıldığında ise otellerde pazarlama inovasyonuna yönelik kararların daha çok uygulandığına ulaşılmıştır. Pazarlama inovasyonunun dış mekana yönelik kriterlerinden olan ayırt edicilik ve karakter/kimlik maddeleri tüm otellerde mevcuttur. Engelli erişimi, teknolojik donanım ve sürdürülebilirlik açısından değerlendirilen sosyal inovasyon faaliyetleri ise en az uygulanan alanlardır (Şekil 4.36).



Şekil 4.36. Yapıların yenilik değerlerinin karşılaştırılması

Hich Otel'in ürün/hizmet inovasyonuna yönelik tüm gereklilikleri karşıladığı görülmektedir. Eski ve yeni doku, kullanıcıların beklentisi doğrultusunda malzeme, donatı elemanları ve tasarım kararlarıyla başarılı bir şekilde bir araya getirilmiştir. Yenilenmiş bir tarihi konak olmasının dezavantajları okunabilir bir cephe karakterinin olmaması ve yapıda engelli erişimine yönelik müdahalelerin kısıtlı olacak olmasıdır. Organizasyonel inovasyon açısından lobi alanının kullanıcı konforuna yönelik olarak genişletilmesi ve en az üç kişilik oturma alanlarının düzenlenmesi gerekmektedir.

İkinci sırada gelen Bablin Butik Otel, organizasyonel ve pazarlama inovasyonunun tüm gerekliliklerini karşılamaktadır. Otelin inovasyonu sağlayıcı yeniliklere ağırlık verebilmesi için öncelikle sosyal sürdürülebilirliğe yönelik faaliyetler içerisine girmesi önemlidir. Bu haliyle otel kendi içinde, halkın kullanımına ve sosyal faaliyetlere kapalı bir hizmet anlayışı içerisindedir. İnovasyonunu sağlayacak bir başka önemli etken, görsel öğelerden biri olan zıtlıktır. Mekanlarda tek düze renk algısı olduğu için, objelerle ya da başka elemanlarla bu algının kırılması ve mekanın dikkat çekmesi sağlanmalıdır. Emanet kasa hizmeti resepsiyonla sınırlı kalmamalı, her odada dijital kasa bulundurulmalıdır.

İnovasyon analizinde üçüncü sırada Araf Otel gelmektedir. Tekdüze cephe tasarımı ve sokak içinde kalan konumu nedeniyle otel okunabilirlik ve yönlenme bakımından zayıf kalmaktadır. Giriş alanındaki duvar, döşeme ve donatılar mekan sirkülasyonunu sınırlamaktadır. Otelin sosyal ve organizasyonel inovasyon açısından kendini geliştirmesi gerekmektedir. Bu amaçla teknolojik yeniliklere daha fazla ağırlık verilmeli, odaların genişletilmesine yönelik yeni kararlar alınmalıdır. Böylelikle mekan organizasyonu doğru şekilde kurgulanmış olacaktır.

Ney Otel pazarlama inovasyonu açısından başarılı olmakla birlikte, işletmenin ürün/hizmet alanlarında kendini geliştirmesi gerekmektedir. Kullanıcı değerlendirmeleri doğrultusunda hijyen ve akustik konfor gibi temel konaklama gereksinimlerinde yeterli olmadığı anlaşılmaktadır. Fiziksel konfor şartlarını sağlamaya yönelik hizmetlerini artırmalıdır. Görsel açıdan mekanlarda malzeme ve doku ile farklılaşmaya gidilmeli, durağan oda tasarımları zıt öğelerle hareketlendirilmelidir. Gün ışığı alma imkanı olmayan odaları başka amaçlar için yeniden işlevlendirmeli ya da yenilikçi farklı aydınlatma elemanlarıyla daha canlı ve ferah odalar tasarlanmalıdır.

Dervish Otel'in en başarılı olduğu inovasyon alanı pazarlama inovasyonudur. Bunda konumu, dikkat çeken cephesi, özgün kimliği ve otele ulaşım gibi tasarım kararları etkili olmuştur. Yeniliğin en az gerçekleştirildiği alan ise organizasyonel inovasyonudur.

Yenileme sırasında mekânsal zorunlukların etkisi ve maksimumum sayıda oda elde etme kaygısıyla esnek mekanlar kurgulanamamıştır. Kullanıcıların oda içerisinde konforunu sağlayan donatılar eksik ya da yenilikçi değildir. Geleneksel dokuyu tarihi Konya Evi'nde yaşatmayı hedefleyen bu otelin gelecekte daha farklı kullanıcı profillerine de hitap edebilmesi ve gelişmelere ayak uydurulabilmesi için yenilikçi kararlar alması gerekmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsana hizmete odaklanan turizm sektöründe yeni veya geliştirilmiş fikirlerin uygulanıyor olması oldukça önemlidir. Bu alanlardan biri olan konaklama işletmeleri, mekan ve hizmetlerindeki değişikliklerle kendilerini sürekli yenileme içerisindedir. Farklı tasarım yaklaşımlarının oluşturulması ile mekanlar özelleşmekte, oteller kendi kimliğini ve hatırlanabilirliğini artırmaktadır. Gelişen konaklama hizmetleriyle birlikte klasik otel hizmetlerinin yerini müşteri ihtiyaçlarını önemseyen butik otel anlayışı almıştır. Özellikle butik otel kullanıcılarının daha bilinçli şekilde tercih yapması, otellerin yenilikleri takip etmesini zorunlu kılmakla beraber daha doğru ve etkili tasarım kararları almaya yöneltmektedir. Mobil uygulamalardaki puanlamalar ve otellerin iç mimarisine ait görseller otel tercihlerinde etkin faktörler olmaktadır. Görsel konforun önem kazandığı bu oteller, görsel tasarım ve algılamaya yönelik iç mekan kararlarında yenilenme içerisindedir. Tek düzelikten kurtulmak için ayırt edici, kontrast, hareketli tasarım öğelerinden faydalandıkları görülmektedir. Bununla birlikte yalnızca görsel kaygıyla yapılan yenilemeler, otellerin sürdürülebilirliği için yeterli olmamaktadır. Aynı zamanda akıllı teknolojilere yönelerek oda içindeki konforu ve teknolojik donanımları artırmak hedeflenmelidir. Boyutları beş yıldızlı otel konforunu sağlayamayan butik otellerin mekanları genişletme durumu zorlayıcı olmakla beraber daha kullanışlı ve az yer kaplayan donatı elemanlarına yönelmeleri gereklidir.

Butik otel işletmeleri geleceğe yönelik doğru stratejiler geliştirebilmek, sürekli değişen kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayabilmek ve diğer işletmeler içinden sıyrılabilmek için inovasyona yönelik kararlar almalıdır. Butik otellerin gelişimlerini ve yenilikçi olma işlevini sürdürülebilmesi için bu mekanların niceliği ve niteliğiyle ilgili bir bilinç ve duyarlılığın geliştirilmesi gerekmektedir. Böylelikle yapıların sürdürülebilirliği de sağlanmış olacaktır. Bu amaçla otel işletmeleri özellikle ürün/hizmet alanında inovasyon uygulamaları gerçekleştirmektedir.

İnovasyon faaliyetleri sonucunda müşteri memnuniyetinin sağlanması, işletmelere daha fazla kar getirmekle birlikte şehirlerin imajı açısından da önem taşımaktadır. İnovasyon sürecinde, yeni ürün geliştirmede yeni yöntem ve fikirlerin kullanıldığı birçok yenilikçi uygulama mevcuttur. Bu yeniliklerin otellerin tercih edilebilirliğini artırdığı görülmektedir. İşletme sahiplerinin inovasyon sürecinin bilincinde olması ve uygulamalara dahil olabilmesi için öncelikle müşterilerine en iyi hizmeti sunmayı hedeflemesi gerekmektedir. Kullanıcıların ihtiyaç ve isteklerini

belirlemeye yönelik bilgilerin toplanmasına önem verilmelidir. Bu veriler sayesinde müşteri memnuniyeti ve müşteri bağlılığı sağlanacaktır.

Çalışmada turizm kapsamında butik otellerin mekânsal açıdan inovasyon değerlerinin incelendiği ve değerlendirildiği bir yöntem önerisi sunulmuştur. Bu sayede konaklama yapılarının yenilenirken turizme katkısını ve sürdürülebilirliğini ölçen somut verilere ulaşılmıştır. Puanlama sistemi ile otellerin inovasyon alanları belirlenirken kriterlerin nasıl sınıflandırılacağı ve hangi tasarım kararlarının inovasyon anlamında daha etkin olduğu tartışılmıştır. Bunun sonucunda bazı kriterlerin hem inovasyon hem tasarım olarak ön plana çıktığı anlaşılmıştır. Eğer otelde inovasyonu sağlayıcı bu kriterler varsa puanlama sisteminden yüksek puanlar elde edilmiştir. Bu kriterler şu şekilde sıralanabilir:

- Ayırt edicilik
- Karakter/Kimlik
- Esneklik
- Mekansal konfor
- Renk
- Malzeme doku
- Zıtlık
- Özgün donatı elemanları
- Güvenlilik
- Aydınlatma
- Termal konfor
- Teknolojik donanım
- Sürdürülebilirlik

Bahsedilen değişkenleri bulunduran yapıların inovasyon değerleri yüksek çıkmıştır. Otellerin tasarımında iç mekandaki yenilemelerin ön planda olduğu ortaya konmuştur. Araştırma sonucunda otellerde özellikle ürün/hizmet inovasyonuna yönelik yeniliklerin güçlendirilerek müşterilerin istek ve beklentilerinin karşılandığına ulaşılmıştır. Yönetmelikte sıralanan butik otel olma şartlarını en az taşıyan otelin aynı zamanda inovasyon açısından da en zayıf otel olduğu saptanmıştır. Butik otellerin iç mekanlarında en çok görsel tasarım anlamında yeniliklerin yapıldığı görülmüştür. Akıllı teknolojilere yönelik olarak otellerin oda içindeki teknolojik donanımlarının ise yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Özellikle turistik bölgelerdeki konaklama yapılarının mevcut potansiyelinin doğru kullanılarak yeniliklerinin sürdürülmesi ile niteliği artırılmaktadır.

Butik otellerde; dikkat çeken cephe tasarımları, çağdaş malzemelerin kullanımı, esnek mekanların oluşturulması, yenilikçi aydınlatma elemanları ve özgün donatı elemanlarının kullanılması, ergonomik çözümler sunulması doğrultusunda daha estetik ve yenilikçi bir hizmet ortamı oluşturulacağı düşünülmektedir. Otelin dikkat çekici ve ayırt edilebilir olabilmesi için dışarıyla ilişki kurulan genel mekanların tasarımına önem verilmelidir. Teknolojik yenilikler, mekanların biçimlenmesi ve müşteri konforunun otel mekanlarında hissettirilmesi açısından ayrıca önemlidir. İnovasyon sürecinde teknolojiye ayak uydurulması ile ihtiyaçlara yönelik olarak olabilecek en iyi hizmet sağlanmalıdır. Aynı zamanda konaklama mekanlarının termal ve akustik olarak konforlu, manzarayla ilişki kuran, mekânsal konforu önceleyen bir şekilde tasarlanması gerekmektedir. Yeniden işlevlendirilen yapıların butik otel olarak belirlenmesinde ise bulunduğu çevrenin taleplerine uygun olmasına dikkat edilmelidir.

Otel işletmelerinin özellikle bu çalışmada geliştirilen yöntem üzerinden inovasyon kararlarına yönelik tasarımlar yapması önerilmektedir. Bu önerilerin geliştirilmesi ve uygulanması ile turizm sektörüne talebin ve kullanıcı memnuniyetinin artacağı düşünülmektedir. Çalışmanın önerileri şu şekildedir:

- Gelecek çalışmalarda inovasyona bağlı tasarım kriterleri artırılıp geliştirilerek beş yıldızlı otel gibi farklı konaklama yapılarında da analizler yapılabilir.
- Sonrasında yapılacak çalışmalarda, oluşturulan analiz yönteminin otel kullanıcıları üzerinde yapılacak anketle birlikte değerlendirilmesi ile aralarındaki ilişki test edilebilir.
- Geliştirilen değerlendirme yöntemleri doğrultusunda gelecekte inovasyon konusunda sertifika sistemlerine geçilerek oteller arasındaki rekabet ve pazarlama ortamı artırılabilir.
- Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların kullanım aşaması ve yenilik kararlarına yönelik stratejiler geliştirilebilir ve bu yapılar turizme kazandırılabilir.

6. KAYNAKLAR

- Adabalı, M.M., 2015, Otel İşletmelerinde Yenilikçi (İnovativ) Oda Ürünlerine İlişkin Tüketici Algıları: Yenilik İhtiyacı ve Yenilik Algısı Değerlendirmesi, Yüksek Lisans Tezi, *Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Konya.
- Aggett, M., 2007, What has Influenced Growth in the UK's Boutique Hotel Sector?, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(2), 169-177.
- Akça, M., 2008, Tarihi Yarımada İçerisinde Bulunan Hanlar Bölgesinin Kentsel Tasarım İlkeleri Açısından İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Akkaş, E., 2019, Kurumsal Kimlik Bağlamında Konya Novotel'in İç Mekân Analizi, Yüksek Lisans Tezi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Konya.
- Akman, B., 2020, Konaklama Sektöründe Butik Otel Trendi: Ankara Örneği, Yüksek Lisans Tezi, *Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara.
- Akturan, G., 2017, Butik Otel Odalarındaki Mekansal Özelliklerin İncelenmesi; Bodrum'daki Butik Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, *Maltepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Akyüz, M., 2010, Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerin Sorunları ve Performanslarına Etkileri: Sultanahmet Örneği, Yüksek Lisans Tezi, *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Sakarya.
- Alagöz, G., Güneş, E., ve Uslu, A., 2015, Otel İşletmeleri ve Seyahat Acentaları Yöneticilerinin Sürdürülebilir Turizme Bakış Açısı: Bir Alan Araştırması, *Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 6(14), 83-98.
- Altınok, Z.H., 2007, Belirsizlikten Doğan Esneklik Kavramının Konut İç Mekan ve Donatı Elemanları Tasarımına Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Altun, S. ve İnceoğlu, M., 2006, Tatil Amaçlı Konaklama Tesislerinde Zamana Bağlı Değişim, *İTÜ Dergisi/a Mimarlık Planlama Tasarım*, 5 (2), 91-96.
- Apaydın B., 2007, Yapıların Otel Olarak Yeniden Kullanım Bağlamında Mekansal Dönüşümlerinin Kavramsal ve Kuramsal Analizi, Sanatta Yeterlilik Tezi, *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Apaydın B., ve Eren C., 2013, Yapıların Otel Olarak Yeniden Kullanım Bağlamında Mekansal Dönüşümlerinin Analizi: "Four Seasons Oteli-Sultanahmet Cezaevi" *Tasarım+ Kuram*, 9(15), 73-89.

- Asar, H., 2013, Mimari Mekân Okumasında Algısal Deneyim Analizinin Bir Yöntem Yardımıyla İrdelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, *Osmangazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Eskişehir.
- Atabeyoğlu Ö., Bulut Y., 2007, Kamu Kurum ve Kuruluşları Dış Mekan Kalite Yeterliliklerinin Puanlama Yöntemi ile Değerlendirilmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, (1), 92-106.
- Ayaş, N., 2007, Çevresel Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 59-69.
- Aydın, D., Yıldız, E., Büyükşahin Sıramkaya, S., 2019, Yeniden Kullanımın İşlevsel Boyutu: Konya Sivil Mimarlık Örnekleri, *Mimarlık Bilimlerinde Güncel Akademik Çalışmalar*, 163-177.
- Aykol, E. ve Zengel R., 2014, 21. Yüzyılda Yeni Nesil Konaklama Yapıları: Butik Otel Yaklaşımı, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25 (2), 211-225.
- Barutçugil, İ. S., 1984, Turizm İşletmeciliği, Bursa, Bursa; Uludağ Üniversitesi Basımevi, 1982.
- Baş, M., 2003, Butik Otellerde Yeni Yönetim Yaklaşımlarının Etkileri ve Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, Doktora Tezi, *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.
- Bayram, Z., 2011, İşlevsellik ve Esneklik Bağlamında Konut İç Mekan Tasarımında Mobilya Kullanımı, Yüksek Lisans Tezi, *Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.
- Bilim, Y. ve Adabalı, M.M., 2015, Otel İşletmelerinde Yenilikçi (inovatif) Oda Ürünlerine İlişkin Tüketici Algıları: Yenilik İhtiyacı ve Yenilik Algısı Değerlendirmesi, *16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, ÇOMÜ, Çanakkale, 719-736.
- Boz, M., 2004, Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi, Doktora Tezi, *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.
- Can, E., 2014, Kullanıcı Beklentilerinin Butik Otel Tasarımına Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, *Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Adana.
- Can, E., ve Erman, O., 2015, Butik Otellerin Karakteristik Özelliklerinin Saptanması, *Çukurova Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 30 (2), 163-176.
- Can, L., 2004, Beş Yıldızlı Otellerin Tasarım-İşletme İlişkisinin Tartışılması İstanbul Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, *Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Canbolat, T. Ö., 2017, İç Mekan Tasarımında Renk Armonisi, *Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (3), 287-301.

- Cantay, G., 1988, Kervansaraylar, Mimarbaşı Koca Sinan Yaşadığı Çağ ve Eserleri, Türkiye: Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayını, İstanbul, No;1, İstanbul, 369-392.
- Ceylan, H., 2019, Renovasyon Kapsamında Konya-Hich Otel'in Mekan Analizi, Yüksek Lisans Tezi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Konya.
- Choi, H.C. ve Sırakaya, E., 2006, Sustainability Indicators for Managing Community Tourism, *Tourism Management*, 27, 1274-1289.
- Çağlar, S., 2012, Engellilerin Erişebilirlik Hakkı ve Türkiye'de Erişebilirlikleri, *AÜ Hukuk Fakültesi Dergisi*, 61 (2), 541-598.
- Çelik, E., 2010, Butik Otellerin Alaçatı Örnekleri Üzerine Analizi, Yüksek Lisans Tezi, *Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Konya.
- Çelik, P. ve Topsakal, Y., 2017, Akıllı Turizm Destinasyonları: Antalya Destinasyonunun Akıllı Turizm Uygulamalarının İncelenmesi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (3), 149-166.
- Çetin, A., 2017, Konaklama İşletmelerinde Örgüt Kültürü ve Yenilikçilik İlişkisi: Muğla Örneği, Yüksek Lisans Tezi, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Muğla.
- Çevrimli, B.A. ve Beyhan, Ş.G., 2020, Termal Turizm Yapıları Özelinde Mimari Kimlik Analizi ve Etkileşim Şemasının Oluşturulması: Pamukkale-Karahayit Örneği, *Çanakkale Onsekiz Mart University Journal of Advanced Research in Natural and Applied Sciences*, 6 (2), 283-302.
- Çınar, K., 2017, Otel İşletmelerinde Yenilik Algısı ve Uygulamaları, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 37-50.
- Çolak, O., ve Karakan, H. İ., 2021, Akıllı Otel Uygulamaları ve Bu Uygulamalar Hakkında Yönetici Görüşleri: Gaziantep İli Örneği, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (42), 168-184.
- Döktür, H. D., 2018, Metropollerdeki Butik Otellerin İç Mekan Düzenlemeleri, Yüksek Lisans Tezi, *Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü*, İstanbul.
- Döner, A.S. ve Akyüz, A., 2016, Bilgi Çağında İnovasyon, Derin Yayınları, 1.Baskı, İstanbul.
- Dubey, A. K., 2016, Future Technology and Service Industry: A Case Study of Travel and Tourism Industry, *Global Journal of Enterprise Information System*, 8 (3), 65-69.
- Duran, E., 2009, Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Korunması: Gökçeada Örneği, Doktora Tezi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İzmir.

- Durna, U. ve Babür, S., 2011, Otel İşletmelerinde Yenilik Uygulamaları, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(1), 73-98.
- Elçin, E., 2007, Popüler Kültür- Mimarlık İlişkisinin Turizm Yapıları Üzerinde İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İzmir.
- Emir, O., 2007, Otel İşletmelerinde Müşterilerin Hizmet Beklentileri ve Memnuniyet (Tatmin) Düzeylerinin Değerlendirilmesi: Antalya'da Bir Araştırma, Doktora Tezi, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Afyonkarahisar.
- Enç, G., 2009, Tarihi Kent Dokusunda Yeni Yapı Tasarım Ölçütleri ve Fener Senti Örneğinde Uygulanabilirliğinin İrdelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, *Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Eralp, Z., 1983, Genel Turizm, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları, No:3, Ankara.
- Erbil, C., 2015, İşletmelerin İnovasyon Sürecinde Sosyal Fayda Yaratma Becerileri: Sosyal İnovasyon Çerçevesinde Örnek Bir Uygulama, Yayımlanmamış Doktora Tezi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı*, Konya.
- Erdem, B., Gökdeniz, A., ve Met, Ö., 2011, Yenilikçilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Antalya'da Etkinlik Gösteren 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26 (2), 77-112.
- Erdoğan, N., 2003, Kitle Turizmi, Alternatif Turizm Potansiyeli ve Eko Turizmde Sürdürülebilirlik Üzerine Bir Değerlendirme, *Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı 2003*, Çankırı, 133-139.
- Forsgren, S. ve Franchetti, C., 2004, The Marketing Role of Unique Concepts for Hotels in Sweden, Masters Thesis, *Gothenburg University, Graduate Business School*, Gothenburg.
- Gezer, H., 2012, Mekanı Kavrama Sürecinde Algılama Bileşenleri, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (11), 1-10.
- Ghorab, P., 2015, Kent Mobilyalarının Temel Tasarım İlkelerine Göre Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, *Aydın Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Gökdağ Aydın, B., 2009, Kent Otellerinde Ortak Kullanım Alanlarının İncelenmesi: Talimhane Bölgesi Örneği, Yüksek Lisans Tezi, *Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C., 2008, Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Hasgül, E., 2011, İç Mekanda Yön Bulma: Büyük Ölçekli Binalarda İnceleme, Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.

- Henderson, J., 2011, Hip Heritage: The Boutique Hotel Business in Singapore, *Tourism and Hospitality Research*, 11 (3), 217-223.
- Hjalager, A., 2002, Repairing Innovation Defectivenessin Tourism, *Tourism Management*, 23(5), 465-474.
- İslamoğlu, Ö. ve Usta G., 2018, Mimari Tasarımda Esneklik Yaklaşımlarına Kuramsal Bir Bakışı, *The Turkish Online Journal of Design*, 8 (4), 673-683.
- Jha, A.K. and Bose, I., 2016, Innovation in IT Firms: An Investigation Of Intramural And Extramural R&D Activities and Their Impact. *Information & Management*, 53(4), 409-421.
- Kancıoğlu, M., 2005, Çevresel İmaj, Kimlik ve Anlam Kapsamında Turizm Binalarına İlişkin Kullanıcı Değerlendirmeleri, *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 10 (2), 49-62.
- Kanter, J., 2006, Knowledge Management, Practically Speaking, *Information Management System*, 16 (4), 7-15.
- Kaptan, B. B., 1997, İç Mimaride Form-Mekan ilişkisi, Yüksek Lisans Tezi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Eskişehir.
- Karaata, Ç., 2020, Özgün İşlevini Yitirmiş, Yeniden İşlevlendirilen Yapıların Tasarım Sürecinin Değerlendirilmesi ve Hışvahan Örneğinin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Karacaer, S., S., 2013, Butik Otel Misafirlerinin Dinlence Deneyimlerinin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Aksaray.
- Karasakaloğlu, D., 2011, Bir Yok-Mekan Olarak Temalı Otellerde Yön-Bulma Ve Kaybolma Algılarının İncelenmesi: Antalya-Kundu Bölgesi Otel Örnekleri, Yüksek Lisans Tezi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İzmir.
- Karatay Belediyesi Arşivi, 2022, Mevlana Bölgesi'ndeki Otellerin Plan Şemaları.
- Karpuz, H., 2009, Türk Kültür Varlıkları Envanteri Konya I, II, III, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.
- Kervancıoğlu, F., 2019, Butik Otel Kavramının Gaziantep'teki Örnekler Üzerinden Değerlendirilmesi, Yüksek lisans Tezi, *Hasan Kalyoncu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Gaziantep.
- Keskin, A., 2015, Yerel Kalkınmada Yerel Yönetimlerin Rolü: Turizm Örneği, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30 (1),143-151.
- Kılıçoğlu, A., 1985, Türklerde Tarihi Konaklama Tesisleri ve Günümüz Turizminde Değerlendirilmeleri (Kervansaray ve Hanlar), Yüksek lisans Tezi, *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.

- Kozak, M. A. ve Emeksiz, M., 2002, Otel İşletmelerinde Konaklama Hizmetleri, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Kozak, N., 2012, Genel Turizm Bilgisi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No; 2472, Eskişehir.
- Köprülü, F., 1942, Ribat, *Vakıflar Dergisi*, (2), 267-278.
- Köseoğlu, E., 2012, Kurgusal Olarak Farklılaşan Örüntülerde Mekânsal Okunabilirliğin Biçimsel, Dizimsel ve Öznel Boyutlar, Doktora Tezi, *Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Kuştepe, A., 2011, Mevlana Caddesi Tarihi Dokunun Analizi Ve Süreç İçinde Değişimi, Yüksek Lisans Tezi, *Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Konya.
- Kutlu, R., 2018, Çevresel Faktörlerin Mekan Kalitesi ve İnsan Sağlığına Etkileri, *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 8 (1), 67-78.
- Kürkçüoğlu, E. ve Ocakcı, M., 2015, Kentsel Dokuda Mekânsal Yönelme Üzerine Bir Algı-Davranış Çalışması: Kadıköy Çarşı Bölgesi, *Megaron*, 10(3), 365-388, DOI: 10.5505/MEGARON.2015.02486
- Lauer, D. A., 1990, Design Basics, Third Edition, Florida: Charlyce Jones Owen.
- Lynch, K., 2010, Kent İmgesi, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Manav, B., 2011, Hacimde Bir Tasarım Parametresi Olarak Renk, *Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1 (8), 93-102.
- Mil, Z. ve Özdoğan, O. N., 2015, Konaklama İşletmelerinde Teknoloji Kullanımının Müşteri Tatmini Üzerine Etkileri, *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 16 (1), 47-81.
- Odabaşı, S., 1998, 20. Yüzyıl Başlarında Konya'nın Görünümü, T.C Konya Valiliği İl Kültür Müdürlüğü, Konya, 12-111.
- Onat, E., 1982, Mekansal Düzenin Kuruluşu ve Mimarlıkta Tasarlama Üzerine Kavramsal Bilgiler, ADMMA Geliştirme Derneği Yayınları, Ankara.
- Okuyucu, A. ve Akgiş, Ö., 2016, Türkiye'de Konaklama Sektörünün Yapısal ve Mekânsal Değişimi: 1990-201, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20 (1), 249-269.
- Opak, B. V., 2009, Beş Yıldızlı Kent Otellerinde Lobi Tasarım İlkeleri (İstanbul Örneğinde Bir İnceleme), Yüksek Lisans Tezi, *Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Orhan, N. T., 2019, Tasarım İlkeleri Doğrultusunda Cephe Karakterleri: Konya Şefik Can Caddesi Örneği, Yüksek Lisans Tezi, *Konya Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Konya.

- Oslo Kılavuzu, 2005, Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler, OECD ve Eurostat Ortak Yayımı, 3. Baskı.
- Öktem, D., 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.
- Özbudak, Y. B., Gümüş B., Çetin, F. D., 2003, İç Mekan Aydınlatmasında Renk ve Aydınlatma Sistemi İlişkisi, *II. Ulusal Aydınlatma Sempozyumu Elektrik Mühendisleri Odası*, Diyarbakır.
- Özer, K. G., 2017, Kent Otellerinin Yer Seçimi Kriterleri Ve Arazi Kullanımı İle Olan Etkileşimi: İstanbul Anadolu Yakası Örneği, *İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Özgeriş, M., 2018, Kentsel Donatı Elemanlarının Kent Dokusu Yönünden Değerlendirilmesi: Erzurum İli Örneği, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Mühendislik ve Fen Bilimleri Dergisi*, 18 (2), 561-574. ISSN: 015502.
- Özkan, A., 2007, İç Mekan Tasarımı Kuram ve Yöntemleri Işığında Günümüz Türk İç Mekan Tasarımcıları ve Tasarım Anlayışlarına Bir Yaklaşım, Yüksek Lisans Tezi, *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara.
- Öztaş, B., 2019, Kongre Otelleri Standartları ve Tasarım Kriterleri Üzerine Bir Araştırma: Bursa'da Kongre Turizmi Olanakları, Yüksek Lisans Tezi, *Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Bursa.
- Öztürk, A., 2017, Pazarlama İlkeleri, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Öztürk, Y. ve Seyhan, K., 2005, Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Artırılmasında İşgören Eğitiminin Yeri ve Önemi, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 121-140.
- Paksoy, H.M. ve Ersoy, N., 2016, Antalya'da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde İnovasyon ve İşletme Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15 (2), 413-433.
- Pehlivanoglu, B. ve Uzunarslan Ş., 2011, HIP Hotels (Kendine Özgü Mekânlar / Highly individual Places) Olarak Tanımlanan Konaklama Mekânlarının Analizi, *Tasarım + Kuram*, 11 (12), 83-97.
- Pınar, P., 2009, Tarihi Kent Mekanında Otel Yatak Odaları Üzerine Bir Araştırma-Tarihi Yarımada Örneğinde, Yüksek Lisans Tezi, *Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Sakaryalı, A. M. D., 2014, İnovasyon ve Risk Sermayesi, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9 (1), 183-210.

- Selçuk, M., 2006, Binaların Yeniden İşlevlendirilmesinde Mekansal Kurgunun Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, *Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Konya.
- Sofracı, İ. E. ve Sarıkaya, B., 2017, Turizmde İnovasyon ve Girişimcilik Farklı Bir Turizm Anlayışı: TaTuTa Örneği, *I. International Congress On Future Of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability Bildiriler Kitabı*, Mersin / Türkiye, 452-456.
- Sönmez, B. E. ve Önder, D. E., 2015, Bir Tasarım Ölçütü Olarak Yön Bulma Kavramı: Tanımlar ve Tartışmalar, *Megaron*, 10 (3), 355-364.
- Sümengen, Ö., 2003, İstanbul İlindeki Beş Yıldızlı Zincir Otellerinin Aydınlatma Tasarım Standartları Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Şentürk, L. V., 1999, Görsel Anlatımda Zıtlık ve Denge, Sanatta Yeterlilik Tezi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Eskişehir.
- Tamer, E. T., ve Yangil, F. M., 2021, Turizmde Sürdürülebilirlik Göstergeleri: Otel İşletmeleri Yöneticileri Üzerine Bir Uygulama, *Business & Management Studies: An International Journal*, 9 (3), 943-955.
- Tanrısever, C., Saraç, Ö. ve Aydoğdu, A., 2016, Yeniden İşlevlendirilen Tarihi Yapıların Sürdürülebilirliği, *Akademik Bakış Dergisi*, 54, 1068-1082.
- T.C. Resmi Gazete, Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik, 01.06.2019, Sayı: 30791, Başbakanlık Basımevi, Ankara.
- TDK (Türk Dil Kurumu), 2015, Genel Açıklamalı Sözlük, TDK Yayınları, Ankara.
- Tekin, Z., 2019, Otel İşletmelerindeki Web/Bulut Tabanlı Teknolojilere Dayalı Yönetim Sistemleri ve İşletme Başarısı İlişkisi, *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (11), 130-137.
- Tekin, Y. ve Ufuk D., 2012, Otel İşletmelerinde Yenilik Yönetimi Uygulamaları Alanya'da Beş ve Dört Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *Antalya: Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4 (3), 93-110.
- Temel, H., 2019, Konya Otellerinin Tarihsel Süreç İçerisindeki Gelişimi, Yüksek Lisans Tezi, *Konya Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Konya.
- Tolonguç, A., 1992, Tanıtım ve İmaj, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 11-19.
- Topçu, M., 2003, Şehir Morfolojisi Üzerine Bir Çalışma, Konya ve Antakya'nın Tarihi Kent Dokularının Karşılaştırılması, Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.

- Topsakal, Y. ve Yüzbaşıoğlu, N., 2017 Sosyal İnovasyon Kavramsal Model Önerisi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13 (3), 565-576.
- Ünlü, F., 2003, Konaklama Yapılarının İç Mekân Biçimlenmesinde Kültürel Açından Tasarım - İletişim Ölçütlerine Bir Yaklaşım, Sanatta Yeterlik Tezi, *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara.
- Vatan, A., 2010, Turizm İşletmelerinde İnovasyon: İstanbul'daki 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Balıkesir.
- Vatan, A. ve Poyraz, M., 2016, Nasıl Sürdürülebilir Otel Olunur?, *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (1), 15-30.
- Vatan, A. ve Zengin, B., 2014, Çevresel İnovasyon ve Konaklama İşletmelerindeki Uygulamalar Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (8), 511-530.
- Yakartepe, E. Ç. ve Binan, C., 2011, İstanbul'un Modernleşme Dönemi Otelleri (1840-1914), *Megaron*, 6 (1), 79-94.
- Yalgın, B., 2021, Sosyal Medya Kullanımının Mekân Tasarımına Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, *Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.
- Yenice, S., 2005, Kentsel Planlama Sürecinde Konya Kent Formunun Gelişimi Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, *Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Konya.
- Yetiş, Ş., 2015, Termal Otel İşletmelerinde Deneysel Pazarlama Yaklaşımı, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17 (29), 90-98.
- Yıldırım, K., Akalın, A. ve Çağatay, K., 2008, Otel Yatak Odalarının İç Mekan Tasarımının Kullanıcıların Algı-Davranışsal Performansı Üzerine Etkisi, *Politeknik Dergisi*, 11 (2), 175-185.
- Yıldız, Z. ve Kalağan, G., 2008, Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri, *Yerel Siyaset*, (35), 42-44.
- Yıldız, T., 2010, Konaklama İşletmelerinde Yenileşim Yönetimi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İzmir.
- Yılmaz, G., 2018, İstanbul'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Müşteri Beklentilerine Yönelik Sunulan Makro Trendler, *Social Sciences Research Journal*, 7 (4), 122-133.
- Yolcu, E., 2006, Şehir Otelleri, Çevre, Mekân, Tasarım İlkeleri Üzerine, Yüksek Lisans Tezi, *Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü*, İstanbul.

Yum, M. S., 2021, Yönlendirme Tasarımının Disiplinlerarası Özelliklerinin Belirlenmesi ve İncelenmesi: İstanbul Ticaret Üniversitesi, Küçükalyalı Kampüsü Örneği, *Journal of Advanced Research in Natural and Applied Sciences*, 7 (2), 182-200.

Zengin, B. ve Dursun, C., 2017, Otel İşletmelerinde Uygulanan İnovatif Faaliyetlerin Rekabet Avantajı Üzerine Etkileri: Doğu Marmara Örneği, *Turizm ve Arastırma Dergisi*, 6 (2), 38-58.

Zengin, N., 2019, Turizm Sektöründe Sosyal İnovasyon: Turizm ve Girişimcilik Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerinde Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Karabük.

Zerenler M., Türker N. ve Şahin, E., 2007, Küresel Teknoloji, Araştırma Geliştirme (AR-GE) ve Yenilik İlişkisi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (17).

Web İletileri:

URL-1: https://en.wikipedia.org/wiki/Midland_Hotel,_Manchester [Erişim Tarihi: 15 Ocak 2022].

URL-2: <https://www.afar.com/places/palacio-belmonte> [Erişim Tarihi: 8 Haziran 2022].

URL-3: <https://www.etstur.com/Aksehir-Butik-Hotel> [Erişim Tarihi: 10 Temmuz 2022].

URL-4: <https://www.arafhotel.com/otelimiz/> [Erişim Tarihi: 13 Temmuz 2022].

URL-5: https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g298014-d9752470Reviews-Araf_HotelKonya.html#/media/9752470/593242502:p/albumid=101&type=2&category=101 [Erişim Tarihi: 13 Temmuz 2022].

URL-6: <https://www.arafhotel.com/galeri/> [Erişim Tarihi: 13 Temmuz 2022].

URL-7: <https://planetofhotels.com/tr/turkiye/konya/araf-hotel> [Erişim Tarihi: 19 Temmuz 2022].

URL-8: <https://tr.hotels.com/ho596002/araf-hotel-konya-turkiye/> [Erişim Tarihi: 13 Temmuz 2022].

URL-9: <http://www.bablinbutikotel.com/> [Erişim Tarihi: 15 Temmuz 2022].

URL-10: <https://www.otelz.com/hotel/bablin-butik-otel> [Erişim Tarihi: 15 Temmuz 2022].

URL-11: <https://www.readytotrip.com/hotels/Turkey/Central%20Anatolia%20Region/Konya/bablin-butik-otel/> [Erişim Tarihi: 15 Temmuz 2022].

URL-12: <https://planetofhotels.com/tr/turkiye/konya/bablin-butik-otel> [Erişim Tarihi: 23 Temmuz 2022].

- URL-13: <https://tr.hotels.com/ho1050202624/bablin-butik-otel-konya-turkiye/> [Erişim Tarihi: 15 Temmuz 2022].
- URL-14: <https://tr.hotels.com/ho648694/konya-dervish-hotel-konya-turkiye/?pwaDialogNested=media-gallery> [Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2022].
- URL-15: <https://www.dostur.com/konya-dervish-otel> [Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2022].
- URL-16: <http://www.dervishotel.com/pages/Odalar.html> [Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2022].
- URL-17: http://www.dervishotel.com/TR/pages/about_us.html [Erişim Tarihi: 18 Temmuz 2022].
- URL-18: <https://tr.hotels.com/ho648694/konya-dervish-hotel-konya-turkiye/> [Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2022].
- URL-19: https://www.tripadvisor.com.tr/LocationPhotoDirectLink-g298014-d3803264-i93757460-Hich_Hotel_Konya-Konya.html [Erişim Tarihi: 18 Temmuz 2022].
- URL-20: <https://hichhotel.com/nasil> [Erişim Tarihi: 18 Temmuz 2022].
- URL-21: <https://hichhotel.com/odalar/suite> [Erişim Tarihi: 21 Temmuz 2022].
- URL-22: <https://planetofhotels.com/tr/turkiye/konya/hich-hotel-konya> [Erişim Tarihi: 8 Ağustos 2022].
- URL-23: <https://tr.hotels.com/ho431588/hich-hotel-konya-konya-turkiye/> [Erişim Tarihi: 21 Temmuz 2022].
- URL-24: <https://www.hotelney.com/otelimiz.html> [Erişim Tarihi: 21 Temmuz 2022].
- URL-25: <https://www.etstur.com/Hotel-Ney> [Erişim Tarihi: 22 Temmuz 2022].
- URL-26: <https://www.hotelney.com/menu.html> [Erişim Tarihi: 21 Temmuz 2022].
- URL-27: <https://planetofhotels.com/tr/turkiye/konya/hotel-ney> [Erişim Tarihi: 10 Ağustos 2022].
- URL-28: <https://tr.hotels.com/ho694010/hotel-ney-konya-turkiye/> [Erişim Tarihi: 22 Temmuz 2022].