

**T.C.**  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ - HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İÇMİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI ANA BİLİM DALI**  
**İÇMİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI BİLİM DALI**

**E TİCARET OFİSLERİNİN MEKÂN ANALİZİ**

**Halime ANDAÇ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Danışman**

**Doç. Dr. RABİA KÖSE DOĞAN**

**KONYA - 2019**



T. C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Yüksek Lisans Tezi Kabul Formu

Öğrencinin	Adı Soyadı	HALİME ANDAÇ
	Numarası	144261001005
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İÇ MİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI/İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. RABİA KÖSE DOĞAN
	Tezin Adı	E TİCARET OFİSLERİNİN MEKAN ANALİZİ

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan ..... başlıklı bu çalışma 24.06.2015 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliğiyle kabul edilmiş ve başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı	Danışman/Üye	İmza
DOÇ. DR	RABİA KÖSE DOĞAN	
DR.ÖGR. ÜYESİ	HAVVA DEMİRPOLAT	
DR.ÖGR. ÜYESİ	EMRE DEMİREL	


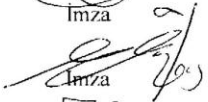
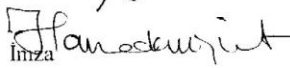


T. C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



### YÜKSEK LİSANS TEZ KABUL FORMU

Halime ANDAÇ tarafından hazırlanan “E-TİCARET OFİSLERİNİN MEKAN ANALİZİ” başlıklı bu çalışma 24/06/2019 tarihinde yapılan savunma sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Dr. Öğr. Üyesi Emre Demirel Unvanı, Adı Soyadı	Başkan	 İmza
Doç. Dr. Rabia KÖSE DOĞAN Unvanı, Adı Soyadı	Üye	 İmza
Dr. Öğr. Üyesi Hanvva Demirçoban Unvanı, Adı Soyadı	Üye	 İmza

## ÖNSÖZ

Lisans ve lisansüstü eğitimini süresi boyunca sadece akademik hayatta olmamakla birlikte, değerli bilgileri ve yönlendirmeleri ile yoluma rehber olan, meslek hayatıma yön verip emin adımlarla ilerlememi sağlayan, fikirleri ve katkılarıyla çalışmamın şekillenip olgunlaşmasına katkıda bulunan, tez danışmanım Doç. Dr. Rabia KÖSE DOĞAN'a saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Hayatım boyunca her koşulda yanımda olup, maddi ve manevi desteklerini hep arkamda hissettiğim kıymetli aileme, sabır, sevgi ve özverilerinden dolayı teşekkürü bir borç bilirim.

**Halime ANDAÇ**

**KONYA - 2019**



**T. C.**  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü**



Öğrencinin	Adı Soyadı	Halime ANDAÇ	Numarası:
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İçmimarlık ve Çevre Tasarımı Ana Bilim Dalı İçmimarlık ve Çevre Tasarımı Bilim Dalı	
	Danışman	Doç. Dr. Rabia KÖSE DOĞAN	
Tezin Adı	E Ticaret Ofislerinin Mekân Analizi		

### ÖZET

İnsanlar gündelik hayatlarının büyük bir kısmını ofislerde geçirmektedir. Bu mekânlarda birtakım üretimler yapılırken, çalışanların psikolojik algıları üretimin verimliliği açısından önemli bir etkindir. Ofis iç mekân düzenlemesi yapılırken, çalışanların algısını olumlu yönde etkileyecek kararlar vermek gerekir. Çalışmada; ofis iç mekân tasarımı aşamasında önemli ofis mekanlarına sahip Yemek Sepeti, Markofoni Genel Merkez Ofisi ve Sahibinden.com ofisi incelenmiştir. Çalışma boyunca, gelecekte yapılacak olan ofis iç mekân tasarımları için tasarımcıya bir kaynak oluşturabilmek, bilim dünyasına bu konu hakkında katkı sağlayarak ofis iç mekan tasarımlarının gelişimine ışık tutulması amaçlanmıştır.

Araştırma sonucunda incelenen Yemek Sepeti, Markofoni Genel Merkez Ofisi ve Sahibinden.com ofislerinde temel tasarım kriterlerine bakıldığında karşımıza; renk seçimleri, kullanılan yapay ve doğal aydınlatmalar, iç mekanda bulunan çeşitli mobilyalar, havalandırma ve ergonomi çıkmaktadır. Ofis ortamında sağlıklı ve doğru kurgulanmış bir aydınlatma rahat bir çalışma ortamı sunmada bir etken olduğu görülmektedir. İncelenen Yemek Sepeti, Markofoni Genel Merkez Ofisi ve Sahibinden.com ofislerinde renklerin görsel bir uyarım dışında işlevsel olarak da birçok etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bir yapıya ilişkin konstrüksiyonun ve estetiğin bir parçası olduğu ve mekânı algılamada, kişinin zihninde farklı bakış açıları oluşturarak çeşitli illüzyonlar oluşturduğu görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Ofis, e-ticaret ofisleri, İç Mekan



**T. C.**  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü**



Öğrencinin	Adı Soyadı	Halime ANDAÇ	Numarası:
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İçmimarlık ve Çevre Tasarımı Ana Bilim Dalı İçmimarlık ve Çevre Tasarımı Bilim Dalı	
	Danışman	Doç. Dr. Rabia KÖSE DOĞAN	
Tezin İngilizce Adı	SPACE ANALYSIS OF E-COMMERCE OFFICES		

### ABSTRACT

People spend most of their daily lives in offices. While some productions are made in these places, psychological perceptions of employees are important factors in terms of productivity of production. When making office interior arrangements, it is necessary to make decisions that will positively affect employee perception. Yemeksepeti, Markafoni Head Office and Sahibinden.com Office with important office spaces were examined during the office interior design stage. Throughout the study, it is aimed to create a resource for the designer for future office interior designs and to contribute to the scientific world to shed light on the development of office interior designs.

When we look at the basic design criteria in the Food Cart, Markafoni Head Office and Sahibinden.com offices examined as a result of the research; color choices, artificial and natural lighting used, various indoor furniture, ventilation and ergonomics. It is seen that a healthy and correctly designed lighting in the office environment is a factor in providing a comfortable working environment. In the examined Food Basket, Markofoni Head Office and Sahibinden.com offices, it is seen that colors have many functional effects besides visual stimulation. It is seen that it is a part of the construction and aesthetics of a structure and creates various illusions in the perception of space by creating different points of view in the mind.

**Keywords:** Office, e-commerce offices, Interior

## İÇİNDEKİLER

<b>BİLİMSEL ETİK</b> .....	ii
<b>TEZ KABUL FORMU</b> .....	iii
<b>ÖNSÖZ</b> .....	iv
<b>ÖZET</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	vii
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ</b> .....	ix
<b>GİRİŞ</b> .....	1
<b>Araştırmanın Amacı</b> .....	2
<b>Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları</b> .....	2
<b>1. OFİSLERİN OLUŞUMU VE GELİŞİMİ</b> .....	4
<b>1.1. Ofis Kavramına Genel Bakış</b> .....	4
<b>1.2. Ofislerin Tarihsel Gelişimi</b> .....	5
<b>1.3. Ofislerin Oluşum Nedenleri</b> .....	17
<b>1.4. Ofislerin Günümüzdeki Yeri ve Önemi</b> .....	18
<b>2. OFİS TİPLERİ VE MODERN OFİSLER</b> .....	20
<b>2.1. Fiziksel Özelliklerine Göre Ofisler</b> .....	20
<b>2.1.1. Hücresel Ofis</b> .....	20
<b>2.1.2. Açık Ofis</b> .....	22
<b>2.1.3. Arazi Tipi Ofis Planlama</b> .....	26
<b>2.1.4. Serbest Düzenli Ofis</b> .....	27
<b>2.1.5. Grup Düzenli Ofis</b> .....	28
<b>2.2. Organizasyonel Özelliklerine Göre Ofisler</b> .....	29
<b>2.2.1. Kovan Organizasyon Modeli</b> .....	30

2.2.2. Hücre Organizasyon Modeli .....	30
2.2.3. Küme Organizasyon Modeli .....	31
2.2.4. Kulüp Organizasyon Modeli .....	32
2.3. Ofislerde Renk .....	33
2.4. Ofislerde Aydınlatma .....	37
2.5. Ofislerde Mobilya .....	44
2.6. Ofislerde Havalandırma .....	47
2.7. Ofislerde Ergonomi .....	49
2.8. Günümüz Modern Ofisleri ve E-Ticaret Ofisleri .....	52
2.8.1. Ebay Gitti Gidiyor Ofisi .....	59
2.8.2. Google İstanbul Ofisi .....	61
3. E TİCARET OFİSLERİNİN İÇ MEKÂN ANALİZİ .....	66
3.1. Yemek Sepeti .....	66
3.2. Markofoni Genel Merkez Ofisi .....	84
3.3. Sahibinden.com Ofisi .....	90
SONUÇ .....	97
KAYNAKÇA .....	101
ÖZGEÇMİŞ .....	110



## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Uffizi Palace, 1950, Giorgio Vasari .....	6
Şekil 1.2 Uffizi Palace Plan Şeması.....	7
Şekil 1.3. New York'ta bulunan, Louis Sullivan ve Dankmar Adler tarafından tasarlanan Guarranty Building kat planı.....	8
Şekil 1.4. New York'ta bulunan, Louis Sullivan ve Dankmar Adler tarafından tasarlanan Guarranty Building dış cephe ve iç mekân görselleri .....	9
Şekil 1.5. Larkin Binası, 1904, Frank Lloyd Wright .....	10
Şekil 1.6. Larkin Binası Atriyumu .....	10
Şekil 1.7. Larkin Binası Zemin Kat Planı.....	11
Şekil 1.8. Johnson Wax Binası, 1936, Frank Lloyd Wright.....	11
Şekil 1.9. Johnson Wax Binası İç Mekan Görünüşü, 1936, Frank Lloyd Wright	12
Şekil 1.10. New York'ta bulunan, Mies van der Rohe ve Philip Johnson tarafından tasarlanan Seagram Building kat planı ve dış cephe görseli .....	12
Şekil 1.11. Herman Miller Sistem Mobilyası, 1968.....	13
Şekil 1.12. Ofislandschaft plan.....	14
Şekil 1.13. Ofislandschaft örnek görseller .....	15
Şekil 1.14. Eylem ofisi örnek görseli.....	15
Şekil 1.15. Central Beheer Binası, 1972, Herman Hertzberger .....	16
Şekil 2.1. Hücresel ofis plan örneği .....	21
Şekil 2.2. Hücresel ofis örneği .....	22
Şekil 2.3. Açık ofis plan tipi 1.....	23
Şekil 2.4. Açık ofis plan tipi 2.....	24
Şekil 2.5. Adidas'tan bir açık ofis örneği, Mimar Kinzo, 2009, Herzogenaaurach, Almanya.....	25
Şekil 2.6. Sekizli ve dörtlü çalışma istasyonlarına sahip açık ofisler .....	25
Şekil 2.7. Geo Edge Ofis, açık ofis çalışma alanında kullanılan akrilik panel örneği.....	26
Şekil 2.8. DEGW, 2010, Frankfurt, Germany tarafından tasarlanan Google'ın rahatlatıcı alanından arazi tipi ofis örneği .....	27
Şekil 2.9. Serbest Düzenli Ofis Planı ve Modeli .....	27

Şekil 2.10. Serbest Düzenli Ofis Örneği .....	28
Şekil 2.11. Los Angeles'ta TBWA tarafından tasarlanan Chiat / Day Ofis Binasının planı.....	29
Şekil 2.12. Los Angeles'ta TBWA tarafından tasarlanan Chiat / Day Ofis Binasının iç mekân görseli .....	29
Şekil 2.13. Ofis tasarımı renk seçim örneği .....	33
Şekil 2.14. Ofis Tasarımı Renk Seçim Örneği 2.....	34
Şekil 2.15. e-bebek Genel Müdürlük İç Mekan Tasarımı Renk Kullanımları.....	35
Şekil 2.16. Tema İstanbul İç Mekan Renkleri.....	36
Şekil 2.17. İç Mekan Renkleri.....	36
Şekil 2.18 Türk Müteahhitler Birliği Merkez Binası Aydınlatma Örneği.....	38
Şekil 2.19 Orrick, Herrington & Sutcliffe Ofisi Aydınlatma Örneği.....	40
Şekil 2.20. Ofis Aydınlatma Örneği.....	41
Şekil 2.21. Ofis Aydınlatma Örneği.....	41
Şekil 2.22. Ofis Mobilyaları Tasarım Örneği .....	44
Şekil 2.23. Ofis Mobilyaları Tasarım Örneği 2 .....	46
Şekil 2.24. Ofis Mobilyaları Örneği.....	47
Şekil 2.25. Ofislerde Doğal ve Yapay Havalandırma Şematik Gösterimi .....	49
Şekil 2.26. Ofislerde Ergonomi Örneği .....	50
Şekil 2.27. Ofislerde Ergonomi Örneği .....	51
Şekil 2.28. Ofis alanlarında eski ve yeni trendler.....	54
Şekil 2.29. Geleneksel Çalışma Biçimi İle Gelişen Çalışma Biçimi .....	54
Şekil 2.30. Çalışma Şekilleri.....	55
Şekil 2.31. Düşük Alan Kullanımı .....	56
Şekil 2.32. Gezici-Karavan Ofis (Mobile Office).....	58
Şekil 2.33. Telekomünikasyon Kulesi.....	59
Şekil 2.34. Gitti Gidiyor Ofisi karşılama Alanı .....	59
Şekil 2.35. Gitti Gidiyor Ofisi Çalışma Alanı .....	60
Şekil 2.36. Gitti Gidiyor Ofisi plan Şeması.....	61
Şekil 2.37. Google İstanbul Ofisi Giriş Holü .....	61
Şekil 2.38. Google İstanbul Ofisi Yeditepe Toplantı odası.....	62
Şekil 2.39. Google İstanbul Ofisi Çalışma Alanı ve Mobilyalar .....	63

Şekil 2.40. Google İstanbul Ofisi Alaçatı Kahvesi.....	63
Şekil 2.41. Google İstanbul Ofisi Kafeterya ve Dinlenme Alanları .....	64
Şekil 2.42. Google İstanbul Ofisi Çalışma Alanları ve Salıncak.....	65
Şekil 3.1. Yemeksepeti Park Cephe Görünüşü.....	66
Şekil 3.2. Yemeksepeti Park Giriş ve Yan Cephe Görünüşü .....	67
Şekil 3.3. Yemeksepeti Park Zemin Kat Planı .....	68
Şekil 3.4. Yemeksepeti Park Giriş Holü.....	68
Şekil 3.5. Yemeksepeti Park Katlar Arası Köprüler .....	69
Şekil 3.6. Yemeksepeti Park Katlar Arası Köprüler Alttan Görünüm .....	70
Şekil 3.7. Yemeksepeti Park Uyku Odaları .....	70
Şekil 3.8. Yemeksepeti Park Yemekhane.....	71
Şekil 3.9. Yemeksepeti Park Birinci Kat Planı.....	71
Şekil 3.10. Yemeksepeti Park Birinci Kat Açık Ofisler.....	72
Şekil 3.11. Yemeksepeti Park Birinci Kat Kapsüller ve Dinlenme Alanları .....	73
Şekil 3.12. Yemeksepeti Park İkinci Kat Planı .....	73
Şekil 3.13. Yemeksepeti Park İkinci Kat Sonsuz Masa .....	74
Şekil 3.14. Yemeksepeti Park İkinci Kat Sonsuz Masa Aydınlatma .....	74
Şekil 3.15. Yemeksepeti Park Üçüncü Kat Planı .....	75
Şekil 3.16. Yemeksepeti Park Üçüncü Kat Toplantı odası.....	76
Şekil 3.17. Yemeksepeti Park Üçüncü Kat Açık Çalışma Ofisleri .....	76
Şekil 3.18. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Planı .....	77
Şekil 3.19. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Çalışma Alanları.....	77
Şekil 3.20. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Sarkıtlar .....	78
Şekil 3.21. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Sosyal Alan .....	79
Şekil 3.22. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Alanı.....	79
Şekil 3.23. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Hamaklar .....	80
Şekil 3.24. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Kütüphane.....	80
Şekil 3.25. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Tribün.....	81
Şekil 3.26. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat File.....	82
Şekil 3.27. Yemeksepeti Park Beşinci Kat Planı .....	82
Şekil 3.28. Yemeksepeti Park Beşinci Kat Tribün.....	83
Şekil 3.29. Yemeksepeti Park Beşinci Kat Teras Merdiveni.....	83

Şekil 3.30. Markafoni Genel Merkez Ofisi Giriş Bölümü .....	84
Şekil 3.31. Markafoni Genel Merkez Ofisi Planı .....	85
Şekil 3.32. Markafoni Genel Merkez Ofisi Giriş Detay.....	86
Şekil 3.33. Markafoni Genel Merkez Ofisi Ribbon.....	87
Şekil 3.34. Markafoni Genel Merkez Ofisi Ribbon Detay.....	87
Şekil 3.35. Markafoni Genel Merkez Ofisi Ribbon Hızlı Toplantı Yeri .....	88
Şekil 3.36. Markafoni Genel Merkez Ofisi Taban Detay .....	89
Şekil 3.37. Markafoni Genel Merkez Ofisi Çalışma Alanları.....	90
Şekil 3.39. Sahibinden.com Ofis Birinci Kat Geçişler .....	91
Şekil 3.39. Sahibinden.com Ofis Yerleşim Planı .....	91
Şekil 3.40. Sahibinden.com Ofis Plan Detay.....	92
Şekil 3.41. Sahibinden.com Ofis Plan Detay.....	92
Şekil 3.42. Sahibinden.com Ofis Birinci Kat Geçişler .....	93
Şekil 3.43. Sahibinden.com Ofis Basketbol Alanı ve Karşıda Çalışma Ofisi .....	93
Şekil 3.44. Sahibinden.com Ofis Sportif Alan .....	94
Şekil 3.45. Sahibinden.com Sosyal Alan .....	94
Şekil 3.46. Sahibinden.com Toplantı Odası.....	95
Şekil 3.47. Sahibinden.com Ofis Koşu Parkuru .....	95
Şekil 3.48. Sahibinden.com Ofis Asma Kat ve Açık Çalışma Ofisi .....	96
Şekil 3.49. Sahibinden.com Ofis Çok Amaçlı Alan .....	96

## GİRİŞ

Çalışma ortamlarının sanayileşme sonrasında önemli değişime sahne olduğu özellikle 20. yüzyılda şehirlerde kendisini göstermeye başlamıştır. Genel olarak ofisin çok katlı bir gökdelen den tek odası olan bir alana kadar değişim göstermekle birlikte değişik ebatlarda tasarlanabilmektedir. Günümüzde inşa edilen binalarda gelişen teknolojiye göre tasarlanması ve planlanması arzu edilmektedir. Nitekim gelişen teknolojinin çalışma alanlarında üretime, hizmete ve pazarlama düşüncesine yönelik gereksinimleri yerine getirebilecek düzeye sahip olması gerekmektedir. Büyüklüğü, düzeni, tipi hangi nitelikleri taşırsa taşısin ofis yapılarının kompleks bir nitelik taşıdığı ve tarihsel gelişimi itibariyle pek çok gücün etkisinde kaldığı bilinmektedir. Özellikle 16. yüzyıl sonrasında gelişme gösteren banka, sigorta şirketleri ve finansla yönelik işletmeler ofis yaşamında profesyonelliği ve profesyonel çalışanların gelişmesini sağlamıştır.

İnsanlar günlük hayatında çeşitli temel gereksinimlerine zaman ayırırken, çalışma eylemi de bu zamansal sürecin içerisinde yer alır. Ofislerde geçirilen bu zaman dilimi kişinin bulunduğu gün içeriğinin büyük bir kısmını kapsamaktadır. Bu büyük zaman diliminin geçirildiği ofislerde, verimli sonuçlar çıkararak ortaya somut veya soyut konulan ürünlerde, çalışanların psikolojik gereksinimleri önemli bir yer tutmaktadır. Bu psikolojik gereksinimlerin giderilmesinde, ofisteki mekân tasarımı kişide çeşitli algısal perspektifler oluşturmaktadır. Çalışanlar üzerinde oluşan bu algısal etkilerin yönetilmesinde mekân tasarımı yapılırken, genel tasarım kriterleri üzerinde durularak, olumlu etkiler oluşturabilecek renk seçimleri yapıp, doğal ve yapay aydınlatma kaynaklarından etkin bir şekilde faydalanılmalıdır. Çalışma alanında kişiyi stabil vücut ısısında tutabilecek gerekli havalandırma önlemleri alınmalıdır. Çalışanın verimi, belirli konfor parametreleri yerine getirilerek sağlanıp, ergonomik ofis mobilyaları kullanılarak artırılmalıdır.

Günümüzde ofis mekan tasarımları yapılırken, mekanı oluşturan tasarım unsurları üzerinde belirli kararlar alınarak, tasarım olumlu bir şekilde sonlandırılmaya çalışılmaktadır. İyi tasarlanmış bir ofis mekânı, çalışan ve müşteriler

üzerinde de psikolojik olarak pozitif etkiler bırakarak, firmayı daha iyi konumlara taşıyabilir. Bunun için tasarım başlangıcında, tasarım kriterleri üzerinde daha fazla durulmalıdır. Ofislerin gelişme göstermesindeki en etkili faktör teknolojiye meydana gelen değişim ve gelişimlerdir. İlk olarak bilgi teknolojileri örgüt modellerinin değişmesini sağlamıştır.

### **Araştırmanın Amacı**

Günümüz çağdaş çalışma koşullarının değişmesiyle “istenilen yerde istenilen zamanda çalışma” düşüncesi oluşmuştur. Bu düşünceyle birlikte yeni ofis mekanlarının tasarımlarında değişimler yaşanmıştır. Söz konusu gelişmeyle beraber ofis mekanları otel, restaurant, oyun alanı, spor ve dinlenme alanlarını kapsamaya başlamıştır. 2000’li yıllarda özellikle online hizmet sunan şirketlerin ofis mekanlarında çağdaş tasarımlara yer verdiği görülmektedir. E-ticaret ofisleri olarak adlandırılan bu mekanlar ofis anlayışına alternatif ve özgün çözüm önerileri sunmaktadır.

Bu bağlamda çalışma ile amaçlanan çağdaş ve e-ticaret ofislerinin iç mekânların çözümlerinin incelenmesidir. Üç büyük şirket olan Yemek sepeti, Markofani, Sahibinden ofis mekanlarının iç mekan çözümleri incelenecektir.

### **Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları**

Bu araştırma çağdaş ve e-ticaret ofislerinin iç mekanlarının incelenmesini kapsamaktadır. Bu kapsam doğrultusunda araştırma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde “ofislerin oluşumu ve gelişimi” ana başlığı altında ofis kavramının tanımı yapılmaya çalışılmış, ofislerin tarihsel gelişimi üzerinde durulmuş, ofislerin oluşum nedenleri ele alınmaya çalışılmış ve ofislerin günümüzdeki yeri ve önemi incelenmiştir.

Araştırmanın ikinci bölümünde ise “ofis tipleri ve modern ofisler” ana başlığı altında fiziksel özelliklerine ve organizasyonel özelliklerine göre ofisler ele alınmıştır. Ayrıca bu bölümde ofislerde renk, aydınlatma, mobilya, havalandırma ve ergonomi ayrı ayrı incelenmiştir. Yine bu bölümde günümüz modern ofisleri ve e-

ticaret ofisleri (Ebay Gitti Gidiyor Ofisi ve Sahibinden.com Ofisi) örnekler verilerek ele alınmıştır.

Araştırmanın üçüncü ve son bölümünde ise “çağdaş ve e-ticaret ofislerin iç mekân incelenmesi” ana başlığı altında Yemek Sepeti, Markofoni Genel Merkez Ofisi ve Google İstanbul Ofisi kapsamlı olarak incelenmiştir.

Araştırma çağdaş ve e-ticaret ofislerin iç mekân incelenmesi ile sınırlıdır. Ayrıca araştırma Yemek Sepeti, Markofoni Genel Merkez Ofisi ve Google İstanbul Ofisi'nin iç mekan incelemesi ile sınırlıdır.



## **1. OFİSLERİN OLUŞUMU VE GELİŞİMİ**

Bu bölümde ofis kavramının tanımı, ofislerin tarihsel gelişimi, ofislerin oluşum nedenleri ve ofislerin günümüzdeki yeri ve önemi ele alınacaktır.

### **1.1. Ofis Kavramına Genel Bakış**

Ofisler gündelik hayatımızın büyük bir zaman dilimini geçirdiğimiz çalışma alanlarıdır. Bu çalışma alanlarında çeşitli ürünler ve fikirler geliştirilmektedir. Hasol (1975), yazı ve yönetim işlerinin görüldüğü, çalışma alanlarını ofis veya büro olarak tanımlamaktadır. Bu gereksinimleri karşılayan diğer hacimleri de içerisinde barındıran mekânlar bütününe de ofis yapıları demektedir. Bir ofisin öncelikli amacı hizmet sağlamaktır. Bundan dolayı akla ilk olarak bir yapı getirilmemelidir. Ofis ortamı istenilen hizmeti sağlayabilmesi için mutlaka depolama, çalışma alanı oluşumu gibi işlevleri yerine getirmelidir (Raymond ve Cunliffe, 1997).

Ofis kavramı örgüt ve yönetimle iç içe olan bir kavramdır. Ofis kelimesinin kaydedilmiş en eski atası, Latince'deki "Burra"dır. Eski Fransızca'daki "boure" yeni Fransızca da ki "bureau" sözcüğünden gelmektedir (Öztürk-Başpınar ve Bayramlı, 2003). Türkçe sözlükte 1. Çalışma odası, yazıhane, 2. Danışma ve yazı işlerinin yürütüldüğü işyeri, 3. Bölüm, şube şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Ofisler; yönetme ve kırtasiye (sekreterlik) işlerinin yürütüldüğü bir alan olarak yönetim için gerekli veri ve bilgilerin toplandığı, kayıt altına alınarak yönetimin gerekli işlerinin yapıldığı bir yer, yani kuruluşlardaki (yönetmel) işlerin yürütüldüğü bölümler şeklinde tanımlanabilir (Topaloğlu ve Koç, 2005).

Ofislerin çalışma ortamı olarak kullanımının 100 yıldan daha eski olduğu bilinmektedir. Ancak o zamanlarda büro kavramı, "kalem ve mürekkep kullanarak, ciltli büyük defterlere elle kayıt düşen ve yorucu hesaplar yapan insanların doldurduğu bir oda"yı ifade etmekteydi. Yine o tarihlerde ne daktilo, ne düzgün masalar, ne çoğaltma makineleri, ne bilgisayarlar ne de ofisin konumunun ve konforunun örgütün amaçlarına ulaşmasındaki önemi ve çalışanlar üzerindeki etkileri hakkında bilgi ve araştırma mevcuttu (Göral, 2008). Günümüz ofis anlayışında haberleşme ve teknoloji kaynaklarının gelişmesiyle birçok yerde iş yapılabilmektedir. Bu nedenle bir mekân belirleme ile ilgili önem azalır, ofis



kavramının çağdaş büro anlayışına uygun bir terim olduğu görülmektedir. (Dökmeci vd., 1993).

Gittikçe kompleks bir yapıya bürünen çalışma hayatında ofisler; bu alanda kaydedilen gelişmeler neticesinde “modern ofis” şekline dönüşerek, kolay, çabuk, rasyonel ve düzenli çalışmayı sağlayan bütün gerekli tesisatı ihtiva eden ideal bir çalışma yeri olarak görülmeye başlanmıştır. Ofis yalnız ekonomik çalışmalar için değil, her faaliyet sahasında mevcudiyetinden istifade edilen bir varlık olmuştur (Göral, 1995). Fakat ofisler her ne kadar günümüzde büyük değişimler yaşasa da geçmişten gelen bir gelişim söz konusudur.

## **1.2. Ofislerin Tarihsel Gelişimi**

Ofisler günümüzdeki hallerini alana kadar gerekli ihtiyaçlar çerçevesinde yüzyıllar boyunca değişime uğramıştır. Ofisler ilk olarak 15. yüzyılda oluşmaya başlayıp, 19. yüzyılın ikinci yarısında değişimlere uğrayarak günümüz çağına uyumlu bir anlayışa geldiği görülmektedir (Bal, 2005). Dünya tarihinde ofis mekanları ile ilgili gelişim sürecine göz atıldığında; bu mekanlarla aynı işleve sahip alanlar olarak gösterilebilecek yerler bulunmaktadır. Krallık dönemlerinde çeşitli üst düzey insanların çalışmalarını yapabilmelerini için, saray içerisinde fonksiyon anlamında yetersiz gösterişli mekanlar bulunmaktadır. (Mullin, 1976)

18.yy da buhar makinesinin icadı ile sanayi devrimi başlamış ve sınai yatırımlar hızla artmıştır. Buna bağlı olarak fabrika ve ofis çalışanlarının sayısında artış meydana gelmiştir. Ekonomik ve ticari gelişmeler insanların evlerinin altında ya da bir odasında sürdürdükleri faaliyetleri, evlerinden bağımsız olan işyerlerine taşımış ve çağdaş ofisler oluşmaya başlamıştır. Daha önce ofislerde her türden işi yerine getirmekle yükümlü olan “katip” yerine işlerin bir veya birkaçını üstlenen nitelikli personel ortaya çıkmıştır. Bu gelişmelerde Taylor’un “bilimsel yönetim” ilkelerinin uygulanmasının yani iş standardizasyonu ve uzmanlaşma konularına önem verilmesinin büyük rolü olmuştur. Büyük fabrikalarda daha çok manüel (elle) yöntemlerle yürütülen ofis faaliyetlerinde, ofis çalışanlarının verimliliği iyileşmiştir (Öztürk-Başpınar ve Bayramlı, 2003).

Tarihsel kapsamda bakıldığında İtalya’da kültürün ve sanatın başkenti olarak Floransa’nın Rönesans’ın başladığı şehir olduğu belirtilmektedir. Avrupa’nın sanat tarihi açısından Floransa’ya yıllarca pek çok sanatçının uğrak yeri olmuş ve kente pek çok sanat eseri bırakılmıştır. Bu eserlerden bir tanesi de Medici ailesi tarafından Floransa’ya hediye edilen Uffizi<sup>1</sup> Galerisi’dir. Toskana Grandükü Cosimo de’Medici (1519-1574) tarafından 1560 senesinde inşaatı başlayan galerinin asıl yapıma gayesi günümüzün bir sanat müzesi olmasının dışında Floransa’daki bürokratlar ve sulh hakimleri için toplantı ve ofislerin olduğu resmi bir yapıdır (URL 1)



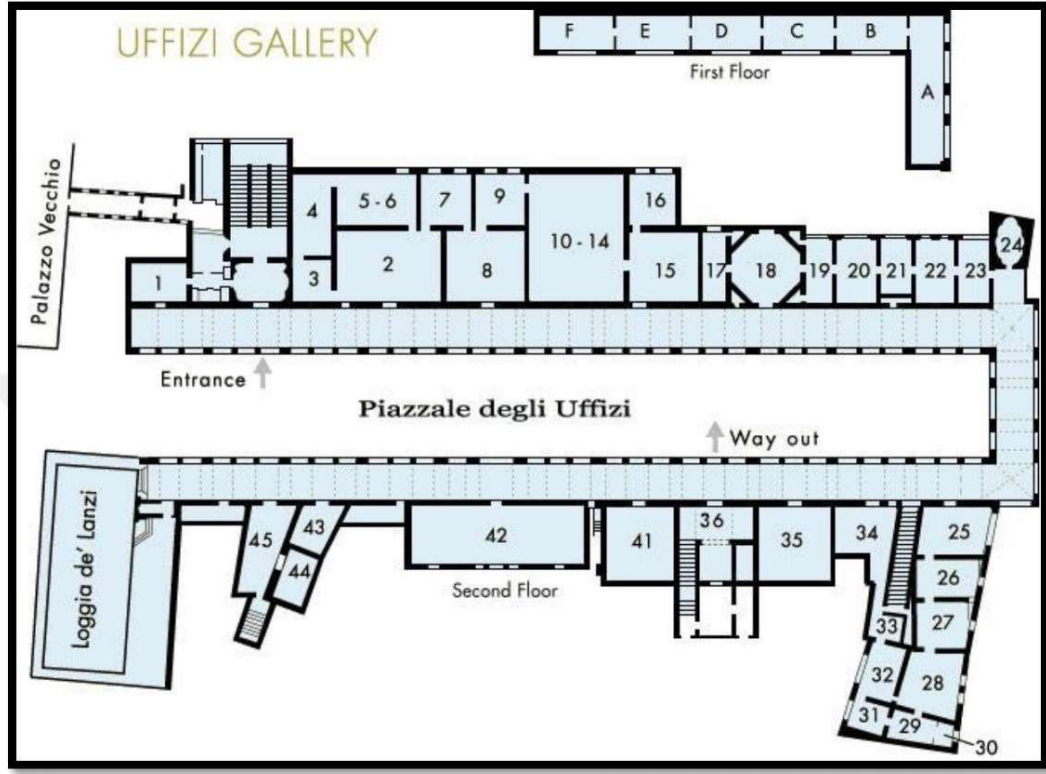
**Şekil 1.1. Uffizi Palace, 1950, Giorgio Vasari**

**Kaynak:** [URL 2]

Giorgio Vasari tarafından tasarlanan “Uffizzi”, muhtemelen Avrupa’da yapılmış ilk ofisti” (Arredamento Dergisi, 1989). “Uffizzi Palace” plan tipoloji olarak günümüz ofisleriyle çok alakalı olmadığı için, ofislerin gelişimine çok katkı sağlamamaktadır (Şekil 1.2). O dönemde ofisler saray içlerinde düzenlenen mekanlarda yer aldığı için, yapı ismini ana fonksiyon olarak görülen saraylardan almaktadır (Altınkoç, 2005).

---

<sup>1</sup> İtalyancada uffizi ofisler demektir.



**Şekil 1.2 Uffizi Palace Plan Şeması**

**Kaynak:** [URL 3]

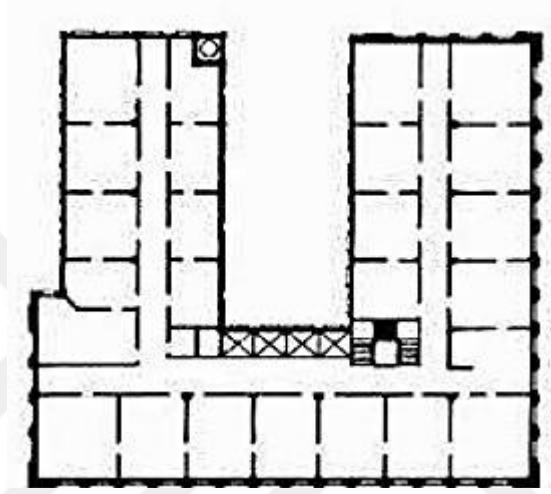
Özel sektördeki çalışma alanlarının ilk gelişimi, ortaçağda zenginleşip, ofis mekânlarını tekrar ortaya çıkaran burjuva kesimi sayesinde olmuştur. Konutların yol cephesinde bulunan alt katları, ticari alan ve ofis olarak kullanılıp, üst katları özel yaşama alanları olarak kullanılmıştır (Aykol, 1997).

Ofis mekanlarının tarihsel gelişimi;

- ✓ 1849-1864 Ev Mekanları Dönemi
- ✓ 1894-1904 Gökdelen Kağıt Fabrikaları Dönemi
- ✓ 1954-1963 Ortak Kontrol Dönemi
- ✓ 1973- sonrası Endüstriyel Demokrasi Dönemidir. (Duffy, 1992)

Klasik ofis binaları (bankalar ve sigorta binaları) 1830'larda Amerika'da ve Avrupa'da ortaya çıkmaya başladı. Bu zaman zarfında (19. yüzyılın sonunda), gökdelenler olarak adlandırılan etkileyici bir yapı türü ortaya çıkmaya başlamıştır.

Gökdelenler teknolojik gelişiminin bir sonucu olarak ortaya çıktığı gibi aynı zamanda da gereklilikten dolayı inşa edilmeye başlanmışlardır. Şirketlerdeki işçilerin daha kalabalık olarak çalışmaya başlaması ve insanların kendi bölümlerinde ayrı çalışmaları gökdelenlere ihtiyaç duyulmasına neden olmuştur. Örneğin, Guarranty Building, çok dar bir arsa üzerinde inşa edilmişti, 12 katlıydı ve her kat küçük çalışma alanlarına ayrılmıştı (Şekil 1.3, 1.4) (Mesta, 2014).



**Şekil 1.3. New York'ta bulunan, Louis Sullivan ve Dankmar Adler tarafından tasarlanan Guaranty Building kat planı**

Kaynak: [URL 4]





**Şekil 1.4. New York'ta bulunan, Louis Sullivan ve Dankmar Adler tarafından tasarlanan Guaranty Building dış cephe ve iç mekân görselleri**

**Kaynak:** [URL 5]

“Avrupa ve ABD tarihinde önemli bir yere sahipse de aslında bugün bildiğimiz anlamda iş yönetimi, iletişim sistemleri ve yapı teknolojilerine örnek oluşturan büronun ortaya çıkışı 1900 sonrasındadır. 1919’da toplumsal eleştirilen Upton Sinclair, Amerikan işgücünde yaşanan kökten değişime atfen, yeni kapitalist işçiyi tanımlamak için “beyaz yakalı” terimini ortaya atmıştır. İç savaş sonrasında Amerika’yı dönüştüren modernleşme süreçleri ise kapitalizmin sinir merkezlerine, büroya 20. yy’ın ilk onlarında ulaşmıştır. Ekonominin ağırlığı çiftlikten fabrikaya ve büroya kaydığında çok sayıda çalışan, “beyaz yakalıların” safına geçmiş, kadınlar işyerine insiyatif sahibi olarak girmiştir. Bu değişiklikleri barındıran yeni bina tipleri geliştirilmiş ve büro tasarımı ve teknolojideki yeniliklerin vitrini olarak öne çıkmıştır. Modern büronun doğuşundan, çağdaşı olan iş dünyasındaki yönelimler de yansımaları bulmuştur” (Arredamento Dergisi, 2001).

Endüstriyel üretimdeki gelişme ve artış sonrasında birçok çalışma alanları fabrika yapılarına benzemeye başlamıştır. Frank Lloyd Wright’ın 1904 yılında “Larkin Mail Order Company” için tasarladığı Larkin Binası; birçok mekanik sistemin mobilya ve mekansal yayılma ile bütünleştiği ilk ofis binasıdır. Bu bağlamda daha sonra tasarlanacak birçok ofis yapısına pek çok konuda başarılı bir örnek niteliğinde gösterilmektedir. (Doğan, 2008) (Şekil 1.5).





**Şekil 1.5. Larkin Binası, 1904, Frank Lloyd Wright**

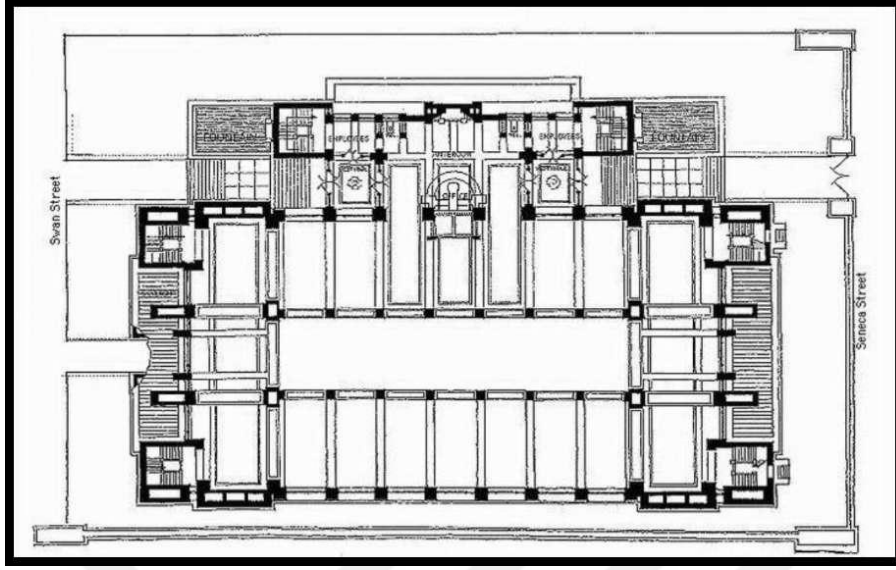
Kaynak: [URL 6]

Wright bu yapısında çalışan insanların çeşitli ihtiyaçlarını gerçekleştirmesi için birçok farklı mekanı bir arada bulundurmuştur. Bunlar içerisinde; kadınlar ve erkekler için ayrı tuvaletler, kütüphane, duş, soyunma dolapları, revir ve dinlenme odaları bulunmaktadır. (Alkan, 2010) (Şekil 1.6, 1.7).



**Şekil 1.6. Larkin Binası Atriyumu**

Kaynak: [URL 6]



**Şekil 1.7. Larkin Binası Zemin Kat Planı**

Kaynak: [URL 7]

Wright'ın bir başka ofis yapıları açısından örnek olarak gösterilebilecek Johnson Wax binası da farklı çalışma ve eylem alanlarını bir arada bulandıran bir ofis tipidir. Burada amaç, istenilen ihtiyaçlar karşılanarak şirketin imajını olduğundan daha iyi bir yere taşımaktır. (Altınkoç, 2005) (Şekil 1.8, 1.9)



**Şekil 1.8. Johnson Wax Binası, 1936, Frank Lloyd Wright**

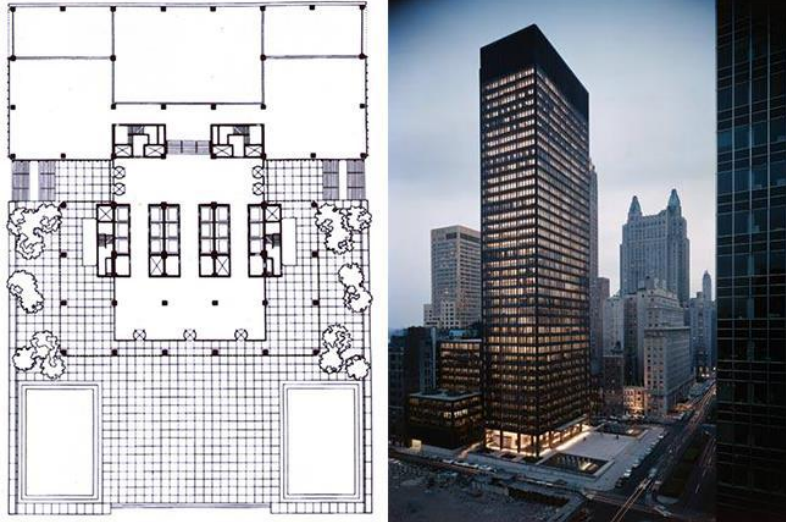
Kaynak: [URL 8]



**Şekil 1.9. Johnson Wax Binası İç Mekan Görünüşü, 1936, Frank Lloyd Wright**

Kaynak: [URL 8]

1954 yılında New York’da Garanti Binası “Seagram” inşa edildi (Şekil 2.2.6). İlk önceleri örgütsel gereklilikler açısından bir gelişme kaydedemeyen bu bina zamanla çok geliştirildi. Genel bir klima sistemi kullanıldı ve işyeri kiralanmaya uygun geniş alanlara ayrıldı (Şekil 1.10). Bir binanın çatısı altında 20 farklı firma bulunmaktaydı (Akyol, 1997).



**Şekil 1.10. New York’ta bulunan, Mies van der Rohe ve Philip Johnson tarafından tasarlanan Seagram Building kat planı ve dış cephe görseli**

Kaynak: [URL 9]



“1958 yıllarında Almanya’da, merkezi Hamburg yakınında Quikborn’da bulunan Schnelle kardeşlerin oluşturduğu Quikborn Planlama ve Organizasyon Grubunun yaptığı araştırmalar sonucu da geliştirdikleri, serbest düzenli büro (= doğal ofis, = büyük hacim bürosu, = bürolandschafts, = office landscaping) fikri ortaya atıldı. Büyük hacim bürosu, büyük bir hacim içine yerleştirilen çalışma gruplarının belli bir geometrik düzene göre değil de iş ilişkileri ve iş akışına göre yerleştirildiği, ayrımların da bitkiler ve alçak panolar ile sağlandığı, yani geleneksel sistemden (hücre tipi büro) tamamen farklı bir fikirdir.” (Sakallı, 1997)

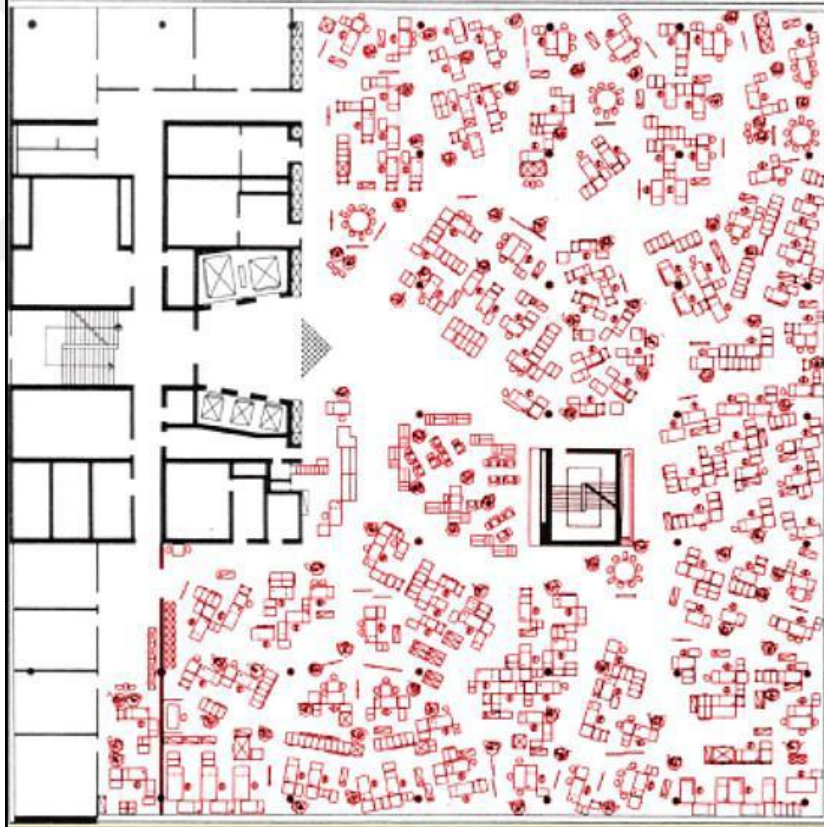
Uzun zamandır süre gelen bir geleneği sona erdiren bu fikir ilk başlarda çalışma ortamının yeteri kadar sağlanamayacağı endişesiyle bir miktar eleştiri almıştır. Bu sistemdeki ana amaç, çalışma ortamları arasındaki dikey iletişim ağını yatayda sağlayarak, işleyişte esneklik oluşturmaktır. Bu serbest iletişimde ara seperatörlerin kaldırıp, yerine çeşitli bitkisel elemanlar ve daha alçak seperatör elemanların konması da bu tarz maliyetlerde daha düşük sonuçlar elde etmeye neden olmuştur. Bu sistem demokratik bir çalışma ortamı sağlamış olsa da çalışanların mahremiyeti ve akustik konfor koşullarının yeteri kadar sağlanamamasından dolayı büyük çapta kabul görmemiştir. Bu tip ofislerde kullanılan mobilyalar bir bütün halinde düşünülüp, her ofis ortamına uyum sağlaması gerekmektedir. Amerikan “Herman Miller” firması buna bir çözüm önerisi sunarak, sökülüp takılabilen, ara bölücü elemanları olan sistem mobilyaları üretmiştir. (Altınkoç, 2005) (Şekil 1.11)



**Şekil 1.11. Herman Miller Sistem Mobilyası, 1968**

**Kaynak:** [URL 10]

Batı Almanya’da iş yerinde daha fazla esneklik hareketi sırasında ortaya çıkmaya başlayan Seagram binası 1960’larda inşa edildi. Bu hareket, insan ilişkileri ve çevre psikolojisiyle ilgiliydi. Ofisler, bu coşku ortamlarını tekrar şekillendirmeye yardımcı oldu. Dolayısıyla, gayri resmi yerleşim ofisi tarzıyla bir devrim gerçekleştiren işyeri tasarımı gerçekleştirmiş oldu ve bugünkü açık ve esnek ofis mobilyası sistemleri, Alman Quickborner Danışmanlık Grubu tarafından geliştirilerek “Ofislandschaft” olarak adlandırılmaya başladı (Şekil 1.12). Ofislandschaft esas olarak, organik bir tasarım ve özgürlük ilkesinin benimsendiği yapıdaki örgütsel form temelinde yeni gelişmeler başlattı (Şekil 1.13). Ofislandschaft’ın ilk örneklerinden biri olarak gösterilen “Ninoflax” ofis yapısıdır (Nordhon, Batı Almanya, 1963) (Akyol, 1997).



**Şekil 1.12. Ofislandschaft plan**

**Kaynak:** [URL 11]



**Şekil 1.13. Ofislandschaft örnek görseller**

**Kaynak:** [URL 12]

1967’de Robert Probst, Eylem Ofisi adı verilen yeni bir tasarım fikri geliştirdi. Bu tasarım, ses yalıtımlı ve portatif, modüler ünitelerden, konfordan ve teknoloji depolama mobilya sistemini kolaylaştıracak teknolojiden oluşmaktadır. Bu ilk kez, bina yapısının tasarımı ve mobilyaları duvarların bir parçası haline getirdi (Şekil 1.14). Bu değişim, yepyeni bir endüstri yaratan tüm ofis istasyonlarına şekil veren bir yaşam oluşturdu. Daha önce bölme duvarları inşaatın bir parçasıyken bu gelişmeyle mobilyacılar tarafından üretilmeye başlandı. Ofis istasyonları panellerine bölünmüş durumda, ancak günümüzde dünyanın pek çok konut projelerinde en yaygın kullanılan çözümlerden biridir (Çete, 2004).



**Şekil 1.14. Eylem ofisi örnek görseli**

**Kaynak:** [URL 13]

“1968’de çıkarılan “Action Office 2” sistemiyle, ofis mobilyasının tüm özellikleri değişti. Belli bir alana sığacak mobilya tasarlamak yerine Action Office 2, çevreyi bütünüyle kendi yaratıyordu. 1970’lerde tasarımcılar yeni şekil, malzeme ve ergonomiye önem verince ofis sistemleri tekrar değişti. Ettore Sottsass’ın Olivetti için Synthesis 45 sistemi, parlak renkleri, plastik kullanımı ve zekice bulunmuş ayrıntılarıyla bunun tipik bir örneğiydi. 1970’lerde ofis tasarımında mizah ve eğlence unsurlarının kullanımına büyük ağırlık verildi. Bu da, çalışmaya ve çalışanlar arasındaki profesyonel ilişkilere yeni bir gözle, daha rahat bir yaklaşımla bakıldığının göstergesidir.” (Arredamento Dergisi, 1989)

1970 yıllarının en önemli gelişimi bilgisayarın çalışma hayatında entegre edilmesidir. Bu sayede bilgi alışverişi hızlanıp, evrak sayılarında azalma olarak, arşivleme anlamında da kolaylık sağlanmıştır. İlk başlarda üretilen bilgisayarlar bir oda büyüklüğündeyken, 1980 yıllarında IBM firmasının ilk çıkardıkları bilgisayarlarla, her çalışma masasında demirbaş olarak yerini almıştır. (Altınkoç, 2005). 1970’lerin en önemli ofis yapısı Herman Hertzberger’in Hollanda’daki “Central Beheer Ofis Binası” çalışma ortamlarındaki demokratik yaklaşımı sayesinde statü farkını ortadan kaldırarak, hiyerarşik düzenin tersine bir oluşum göstermiştir. (Altınkoç, 2005) (Şekil 1.15)



**Şekil 1.15. Central Beheer Binası, 1972, Herman Hertzberger**

**Kaynak:** [URL 14]

Teknoloji alanında bir takım gelişmeler sonucunda 20. yüzyıl itibariyle ofisler kendi alanlarında uzmanlaş adımları atmıştır. Bu bağlamda pek çok farklı iş dalları, kendi içinde özerklikler oluşturarak, aynı mekanda kendini göstermeye başlamıştır. Bu düşüncesinin ofis yapıları ve mekanlarına yansımalarına bakıldığında; çok katlı gökdelenlerin oluşumu ve iç mekan düzeninde hücresel veya açık planlı ofis mekanları görülmektedir. (Bal, 2005). Doksanlı yıllardan itibaren tasarlanan ofis tasarımlarında baş tema olarak, çeşitli ek işlevlerle zenginleştirilmiş, çizgisel anlamda bir iç sokak oluşum fikri karşımıza çıkmaktadır. (Varlı, 2004)

### **1.3. Ofislerin Oluşum Nedenleri**

Çalışma hayatının başlaması ve gelişimi, çalışma eylemlerinin düzenli bir şekilde gerçekleştirilecek mekanlar arayışında baş etken olarak görülmektedir. Başlarda çalışma ihtiyacına yönelik mekan oluşumları konut yapılarının bir bölümünde sürdürülürken; gelişen teknoloji, talep artışı, ekonominin ve endüstrinin gelişimi; ofis yapılarına karşı daha büyük hacim ihtiyaçlarını doğururken aynı zamanda bu yapıların resmileşmesi yönünde gelişim sağlamıştır. (Duffy, 1997)

Ofis alanlarındaki istenilen hacim ihtiyacındaki artış, konut yapılarında sağlanamaz hale gelmiştir. O dönemdeki konut yapıları üç, dört ya da beş katlı olduğundan; ofis hacimlerinin gelişimini sınırlamaktadır. Firmalar da ilgili faaliyet alanlarına yakın konumda bulunan çalışma ortamları istemektedir. (Dalga, 2007) 1844'te Mors Alfabesinin, 1866'da daktilonun ve 1874'te telefonun icadıyla, önceki zamanlarda aynı konumlarda evi, çalışma ortamları bulunan insanlar, birbirlerinden ve yaşadıkları yerlerden bağımsız olarak farklı yerleşimlerde, kentlerde çalışma olanağına sahip olmuşlardır. (Alkan, 2010)

Ofislerin fiziksel bir mekan olarak işlevlendirilmeye başlanması yakın zamanlı olarak sayılabilir. Ofisler ihtiyaç duyulan mekanlar ve işleri yapan kişilerden daha çok, işlerin ve görevlerin kendisini temsil etmektedir. Ofislerin genel olarak işlevi, iletişim ve kontrol olarak iki aktiviteyle ilgilidir İletişim kontrole hizmet eder, yani eylem için gerekli verileri sağlar ve kontrol kararlarını, idare edilen fonksiyona yönlendirir. Kontrol ise kararların organize bir şekilde ilerleyebilmesini sağlar. Karar

almak için her zaman ofiste bulunmak gerekmemektedir. Karar almaların ofislere bağlanmasındaki sebep, ofislerin iletişimdeki işlevidir. (Duffy, 1997)

Uzun zaman boyunca karar alma işlemi insan merkezi olmuştur. Son zamanlarda karar alma mekanizmaları makinelere bırakılmıştır. Ancak; en gelişmiş makinenin bile insan beynine göre daha basit kaldığı görülerek, önemli ve kilit kararlar hala insanlar tarafından alınmaktadır (Kliment ve Davis, 1984). Başarılı bir ofis, verimli iletişim ortamı oluşturacak şekilde tasarlanmış olanıdır. Bu da kararların doğru bir şekilde yerinde ve zamanında eksiksiz alınabilmesini sağlar. Ayrıca ofis elemanlarının seçimi ve iletişim ilgili verilerin depolanması için çeşitli ekipman ve sistemlerin uygunluğu da organizasyonda mükemmelliği beraberinde getirir. Ofis mekanlarında performans organizasyonlarını beklenmedik düzeyde etkileyebilir. (Pile, 1976)

Ofisler ve ofis fikri başlarda, yalnızca bir oda, çalışılacak alan, kitapları ve ekipmanları içinde bulunduran bir depo olarak görülmüştür. Çalışma organizasyonundaki farklılaşma, iletişim ağının hızlanması ve teknolojinin gelişmesiyle, ofisler insanların ihtiyaç duyduğu merkezler haline gelmiştir. (Mesta, 2014)

#### **1.4. Ofislerin Günümüzdeki Yeri ve Önemi**

Ofis yapıları gündelik hayatta geçirilen yoğun zaman şartlarında, verimli ve sürekli bir biçimde ürün gelişimini sağlayıcı bir ortam olması bakımından önemli bir yer tutmaktadır. Çalışma hayatı, bireylerin kişisel gelişimi ve kültürel anlamdaki gelişimlerde, planlı bir toplum düzenine geçilmesinde sosyal bir değişim olarak görülen önemli bir göstergedir. (Jaint vd., 2006).

İnsanlar gündelik hayatlarında bütün eylemlerini çalışma hayatları doğrultusunda şekillendirir. Bu bağlamda çalışma hayatı kişiye özgürlük getirmektedir. Ekonomik bağımsızlık elde edebilmek ve sosyal konumunu sabitlemek ya da daha ileriye taşıyabilmek için insanların çalışmaları gerekmektedir.

Ofis yapıları da kişiler için bu anlamda önemli olduğu bilinerek ele alınmalıdır. (Ören ve Yüksel, 2012)

Otuz yıllık süre zarfında değişen ve gelişen teknoloji sayesinde insanların dünyaya olan algısı değişmiştir. İki yüzyıl öncesine kadar tüm çalışma ortamları birbirine benzerken, teknolojik gelişmeler ofisleri mesken haline getirerek; çalışma ortamlarını konutlarda görmek doğal bir hal almıştır. Doksanlı yıllarının başında ortaya çıkan internet sayesinde insanlar her yerde çalışabilir hale gelmiştir. Bu bağlamda kişiler gündelik zamanlarının büyük bir kısmını ofislerde geçirmeye başlamıştır. Evinden çok ofislerde yaşayan insanlara dikkat çekmek adına Charles Fourrier bu konuyu ele almıştır. Oldukça çok sayıda farklı arayışlar; bugün tasarımcı olarak mimarların hem çalışma hem yaşama fonksiyonuna uygun mekanlar üretmesine yöneltmiş, önem gösterdikleri unsurlar haline getirmiştir. (Bonet, 2005)

Çalışma eylemi ve çalışma hayatı bu denli önemliyken, ofis yapıları kullanıcıların tüm işlevlerini karşılayacak biçimde fonksiyon açığı olmayarak tasarlanmalıdır. Bu şekilde ofis ortamında istenilen verim sağlanarak, çalışanlar üzerinde oluşabilecek fiziksel ve zihinsel yorgunluk, tükenmişlik gibi olumsuzluklar engellenebilir.

## 2. OFİS TİPLERİ VE MODERN OFİSLER

Bu bölümde ofis tipleri, ofislerde renk, aydınlatma, mobilya, havalandırma, ergonomi ve günümüz modern ofisleri ele alınmıştır.

### 2.1. Fiziksel Özelliklerine Göre Ofisler

Ofisler fiziksel özelliklerine göre, geleneksel (hücrenel) ofisler, açık ofisler, serbest düzenli ofisler ve ortak düzenli ofisler olarak sınıflandırılmaktadır.

#### 2.1.1. Hücrenel Ofis

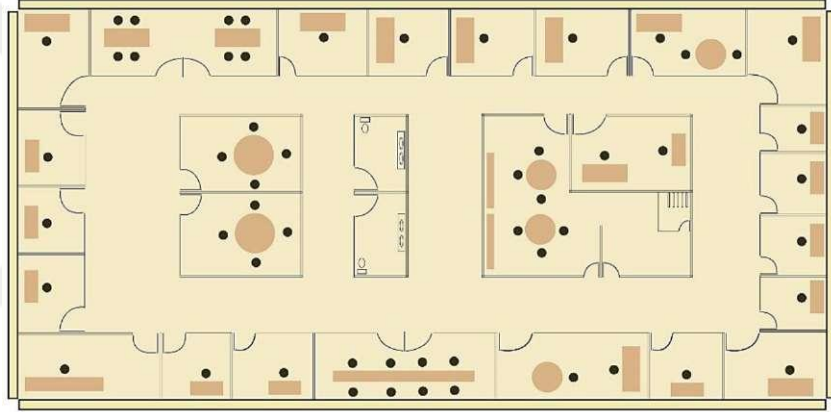
Tipolojide en eski ve geleneksel ofis tipi olarak kabul edilen hücrenel ofis tipinin tarihsel gelişimi analiz edildiğinde kullanımının orta çağdan günümüze kadar geldiği görülmektedir. Hücrenel ofislerle ilgili yapılan en genel tanımlama “çeşitli büyüklüklerdeki odalar” şeklindedir (Becker, 1981). Hücre ofis ile ilgili olarak tasarımcı ve mimar Naghavi (1995) hücrenel ofis türünü “bireysel çalışmalara uygun ofis tipi planlamasıdır” şeklinde tanımlanmaktadır.

Hücrenel ofisler genellikle tek bir kişinin çalışma alanı olarak düzenlenmektedir. Alan kısıtlı olduğu için tek bir masa ve kesonu, misafir ağırlama amaçlı bir ya da iki misafir Esneklik sağlayan geleneksel ofis düzenlemesi, paneller, bölücüler ve hücrenel ofis kasaları ile ayrılmış bir alandır. Hücrenel ofis düzeni, doğal havalandırma ve aydınlatmanın maksimum kullanımını sağlamaktadır (Doğrusoy, 2002). Bu nedenle derinlikleri 5.50 ile 6 metre arasında sınırlı kalmaktadır ve bu tip ofislerin büyümeleri tek yönlü gerçekleşebilmektedir. Pencere eksenini 120-150 cm ile 170-190 cm arasındadır (Karabiber, 1994:103-105)

Doğal havalandırma ve aydınlatma geleneksel ofislerde mevcuttur. Kapalı ofis mobilyaları doğal aydınlatmaya göre konumlandırılmıştır. Oda genişliği 220-240 metreden az değildir. Dikey sirkülasyon elemanları, tuvaletler, sıhhi tesisat alanları (teknik), hizmet alanları, koordinasyon analizi (Ketencioğlu, 2001) için önemlidir.



Ana sirkülasyon alanının iki tarafı, duvarlarla çevrili bir sabit koridordur. Bu tip bir plan, ön ofisteki koridorla sınırlıdır. Koridor, tek taraflı, çift taraflı veya üç taraflı düzenlenebilir. Ulaşım amacıyla tüm çalışanlar bu koridorları kullanmaktadır. Koridorların her 2 tarafı da duvarlarla çevrilidir. Bu çalışma mekânları sabit duvar elemanları ile ana ulaşım yolundan ayrılmaktadır (Şekil 2.1). Bu planda çalışma mekânı, cephe ile koridor arasında sınırlandırılmıştır. Kapalı ofis koridor genişliği 1,80-2,00 metre ölçülmelidir. Çekirdeğin şekli genellikle kare şeklindedir ve hücrel ofisler ortasında bir kare oluşturur. Hücre ofisleri için 600-900 m<sup>2</sup> bir çekirdek gereklidir (Ketencioğlu, 2001). Birden fazla çekirdek varsa, 50 m'lik yürüyüş ve kaçış mesafeleri mevcuttur. (Aluçlu, 2000)



**Şekil 2.1. Hücrel ofis plan örneği**

**Kaynak:** [URL 15]

Hücrel ofisler genellikle tek bir kişinin çalışma alanı olarak düzenlenmektedir. Alan kısıtlı olduğu için tek bir masa ve kesonu, misafir ağırlama amaçlı bir ya da iki misafir bekleme koltuğu, aralarında bir sehpa ve çalışan kişinin evrakları için açık ya da kapalı dolaplardan oluşmaktadır (Şekil 2.2). Kapalı ofislerde genellikle açık raflı dolap tercih edilmektedir. Bunun sebebi, çalışma alanı kişiye ait olduğu için güvenlik ve kullanım hakimiyetinin kişinin kontrolünde olmasıdır. Sınırlı bir alan olduğu için çok fazla mobilya ve elektronik cihaz ile doldurulmaması gerekmektedir. Hücrel ofislerin açık ofislere nazaran avantajı ise, bu ofiste çalışan kişinin özel görüşmelerini rahatlıkla yapabiliyor olmasıdır. Dezavantaj olarak

bakarsak, açık ofislerdeki insan ilişkileri, yardımlaşma ve iş motivasyonu bu kişilere oranla daha yüksektir (Aluçlu, 2000).



**Şekil 2.2. Hücresel ofis örneği**

**Kaynak:** [URL 16]

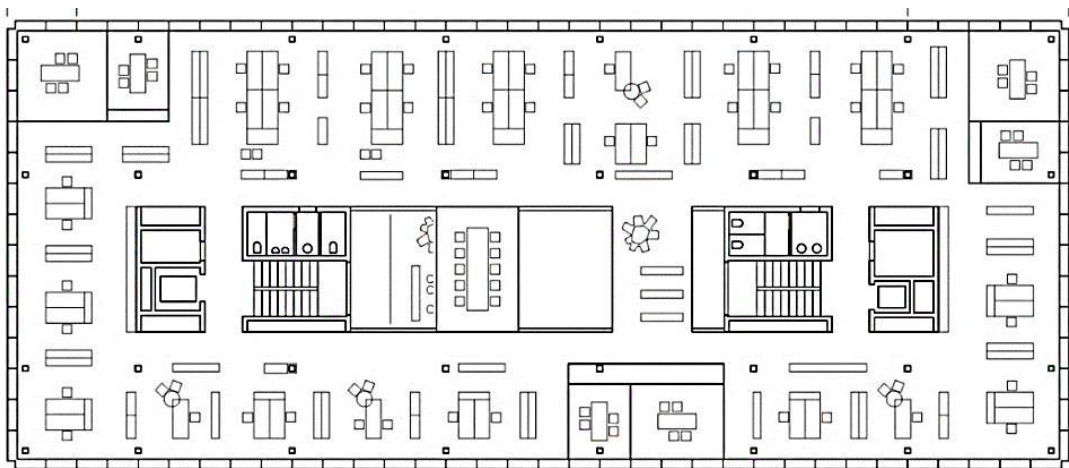
Hücresel ofis yapısı ve mekânları birçok ülkede yaygın olarak kullanılmış, zamanla teknolojik gelişmeler ve işletme organizasyonlarında yaşanan değişimler nedeniyle farklı ofis mekânlarının araştırılması zorunluluk haline gelmiştir.

### **2.1.2. Açık Ofis**

İkinci Dünya Savaşı sırasında, tüketim mallarına olan artan talepler nedeniyle, fabrika işlerinin ücreti, ofis işlerinden daha yüksek bir noktaya gelmiştir. Fabrikada çalışmak ve üretimde yer almak, ofis işlerine oranla daha tercih edilir hale geldi. Bu nedenle bilimsel yönetim, işleri daha az rutin hale getirebilmek için değiştirildi ve ofis ortamı buna göre şekillenmeye başladı. Temel olarak, insani

değerler ofis ortamında etkili olmaya başladı. Bir fabrikadan ziyade bir ofiste çalışmak, insanların çalışmaya can atacağı “kolay” ortamlar olarak tanımlandı (Erel, 2009:29). Dolayısıyla bir ortam olarak işyerlerine olan ihtiyaç tanınmış ve açık ofis konseptine doğru ilk adım atıldı. İnsancıl yönetim tarzı amacına hizmet etti ve ofis çalışanlarının statüsü değiştikçe şirket sadakati ve verimliliği artmaya başladı.

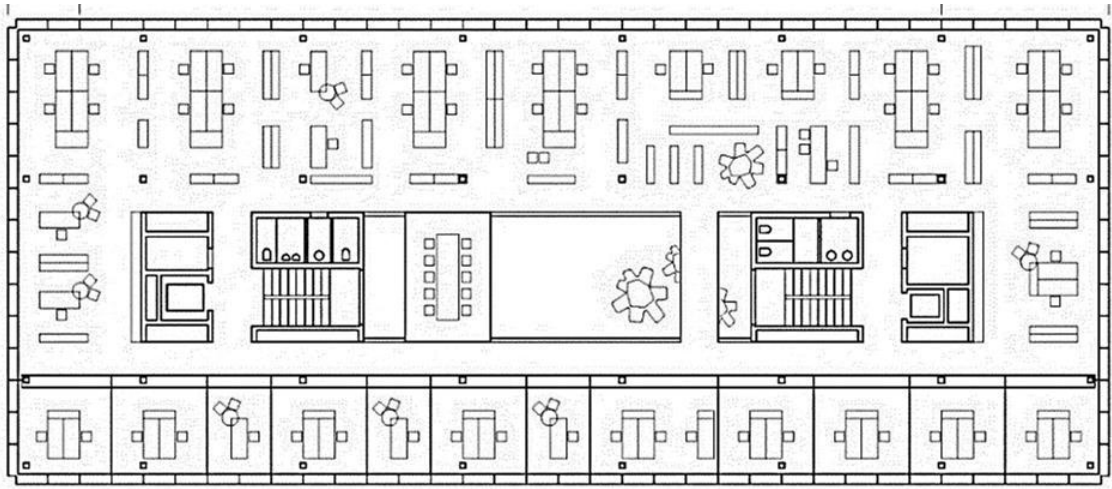
Büyük ofis alanı (ücretsiz ve açık ofis) geleneksel ofise alternatif olarak geliştirilmiştir. Açık plan ofisler ve düzenli ofisler, mekânın rasyonel kullanımı nedeniyle geliştirilmiştir (Naghavi, 1995). Hücresel ofislerin eksiklikleri nedeniyle yeni bir planlamaya giden tasarımcılar, farklı iş ve organizasyonların ihtiyaçlarına cevap verebilmek için değişikliğe gitmişlerdir. Teknolojideki gelişmeler ile birlikte iletişim araçlarının çeşitliliği ve fonksiyonelliği de büyük bir gelişim göstermiştir. Bu gelişmelerle birlikte kullanılan ofis ekipmanlarının ve fonksiyonel yapılarının da farklılaşması gerekliliği doğmuştur. Ofisler hücresel ofislerin sınırladığı iletişim gereksiniminden dolayı, hücresel duvarlardan, açık planlı mekânlara doğru değişim geçirmeye başlamıştır. Açık ofis mekânlarında, adından da anlaşılacağı gibi çalışanlar arasında hücreler oluşturan duvarlar bulunmamaktadır. Tefriş elemanları belirli aralıklarla geometrik bir düzene göre yerleştirilmektedir (Şekil 2.3). Bu düzende çalışanların arası tamamen açıktır veya belirli ölçek ve mesafelerle bölmeler şeklinde ayrılmıştır (Dökmeci vd., 1993).



**Şekil 2.3. Açık ofis plan tipi 1**

**Kaynak:** [URL 17]

Açık ofis mekânları, bir yandan özel hayatı deşifre etmeyecek ve gizliliği koruyacak bir yapıya sahipken diğer yandan ise iletişimi de kolaylaştıran bir sistemdir. Açık ofis çalışma ortamları hem tek kişi hem de çok sayıda kişi için tasarlanabilmektedir. Açık ofislerde çalışan kişiler arasında bilgi ve haberleşme kolay olduğu için sıkı bir iletişim kurulmaktadır. Bu sistemde geleneksel (hücre) ofisler yöneticiler içindir. Yer ölçüleri 370m<sup>2</sup> - 1200m<sup>2</sup> arasında değişmektedir (Naghavi, 1995). Açık ofisler bölünebilir özellik taşımaktadır.



**Şekil 2.4. Açık ofis plan tipi 2**

**Kaynak:** [URL 17]

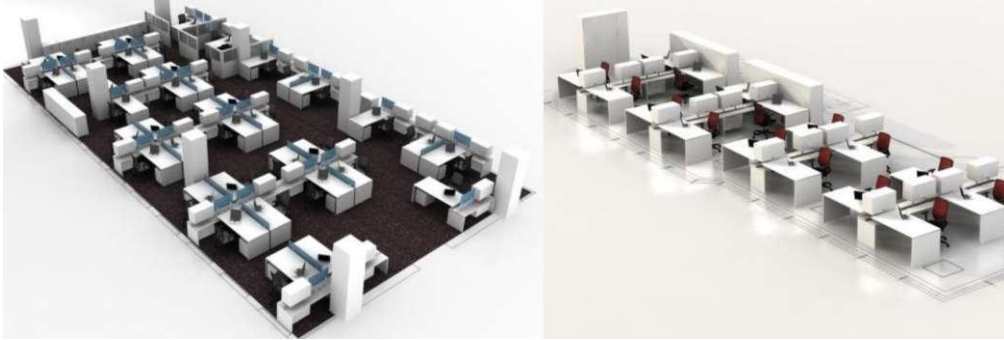
Açık ofis mekânlarının çalışmaya uygun olarak tasarlanması gerekmektedir. Yukarıdaki şekilde iyi çözümlenmiş bir açık ofis planı görülmektedir. Kişilerin çalışma alanları yeterli, birbirlerine rahatsızlık vermeyecek mesafededir. Çalışma gruplarını birbirlerinden ayırabilmek ve gizliliği sağlayabilmek amacıyla çalışanların otururken birbirlerini görmeyecek, ancak ayağa kalktıklarında görebilecek yükseklikte dolaplar konumlandırılmıştır. Masa aralarında kullanılan bençler, çalışanların hem depolama yapabilmelerini hem de elektrifikasyon açısından zorlanmamalarını sağlamaktadır. Orta alanda ise, toplantı amacıyla bir bölüm kullanılmıştır.



**Şekil 2.5. Adidas'tan bir açık ofis örneği, Mimar Kinzo, 2009, Herzogenaurach, Almanya**

**Kaynak:** Öztürk, 2018

Açık ofis mekânlarındaki masalar fonksiyonel özelliklidir ve birçok çalışan farklı konularda çalışmalar yapabilirler (Şekil 2.6). Açık ofislerde iletişim kolaylığı sağlandığı için iş verimliliği yüksek olur. İşletmeler, motivasyon konusunda yüksek performans alır (Gürer, 1982).



**Şekil 2.6. Sekizli ve dörtlü çalışma istasyonlarına sahip açık ofisler**

**Kaynak:** Nurus, 2008

Açık ofis planlarında toplantı alanları da tüm çalışanların bir anda toplantı konumuna geçebilecekleri şekilde tasarlanmaktadır. Bu tip ofislerdeki iş organizasyonları genellikle ekip çalışması gerektiren iş organizasyonlarıdır. Bu nedenle bireysel ve gizli bir alana pek fazla ihtiyaç duyulmaz. Bu yüzden kalın, yüksek ya da kumaş paneller yerine şeffaf ve kişilerin göz teması kurarak birbirlerinin yüzlerini rahat görebilecekleri akrilik paneller kullanılır (Şekil 2.7) (Yılmazer, 2010).





**Şekil 2.7. Geo Edge Ofis, açık ofis çalışma alanında kullanılan akrilik panel örneği**

**Kaynak:** [URL 18]

Günümüzde çok fazla alanın olmadığı mekânlarda da açık ofis kullanımı tercih edilmektedir. Bu sayede duvar bölmesine gerek kalmadan uygun yerleşimler yapılabilmektedir.

### **2.1.3. Arazi Tipi Ofis Planlama**

Serbest çalışma grupları için düzenli ofis katlarında geometri kavramı bulunmamaktadır. Bir planın yerleşimi, ışık akışına göre belirlenir (Sakallı, 1997:147). Örneğin, Google ofisleri stratejisinde ‘her yerde çalışabilir, ancak her zaman bölümünüzü bağlayabilirsiniz’ denmektedir (Groves, 2010:256). Bu fikir, insanların kendi ofislerinde rahatlayabilmeleri, böylece birbirleriyle ilişkilerinin ve farkındalıklarının olması anlamına gelmektedir. Bu durum yaratılan bölümler tarafından sağlanmaktadır (Şekil 2.8).

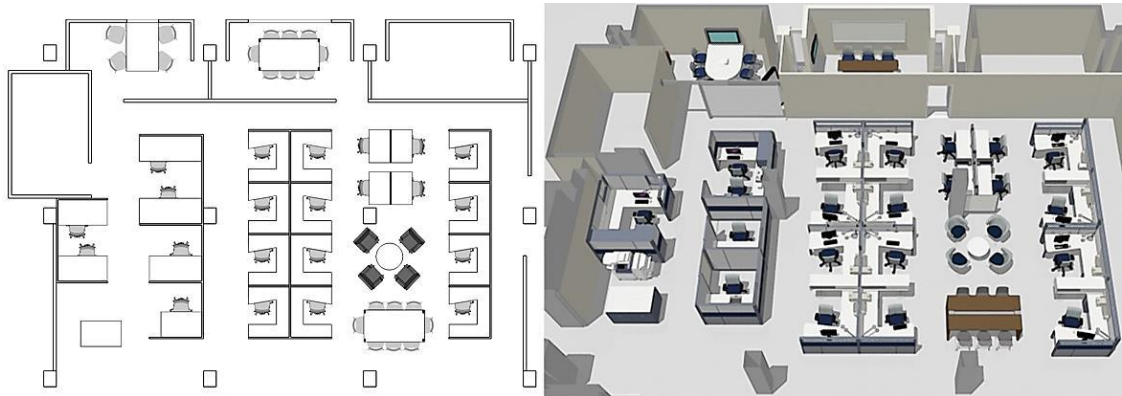


**Şekil 2.8. DEGW, 2010, Frankfurt, Germany tarafından tasarlanan Google’ın rahatlatıcı alanından arazi tipi ofis örneği**

Kaynak: Öztürk, 2018

#### 2.1.4. Serbest Düzenli Ofis

Özellikle 21. yy’a girerken hem hücreli tipli ofisler hem de açık planlı ofisler, üçüncü bir ofis düzeninde birleştirilmeye başlanmıştır. Bu birleşim ile “Düzenli Ofis”, “Serbest Düzenli Ofis” şeklinde anılmaktadır (Şekil 2.9, 2.10). Bu sistem Almanya Quickborn’da Schnelle Kardeşler’in geliştirmiş olduğu bir sistemdir. Bir işletme uzmanlığı ve planlama şirketi olan Quickborn, çalışma ekibi ofis tefrişi organizasyonu, iletişim, evrak akımı etütleri ve dosyalama sistemleri konularındaki çalışmaları sonucunda, geleneksel ofis ve ofis planlama sistemlerini temelden değiştiren yeni bir ofis planlaması anlayışını ortaya koymuştur (Gürer, 1982).



**Şekil 2.9. Serbest Düzenli Ofis Planı ve Modeli**

Kaynak: [URL 19]



**Şekil 2.10. Serbest Düzenli Ofis Örneği**

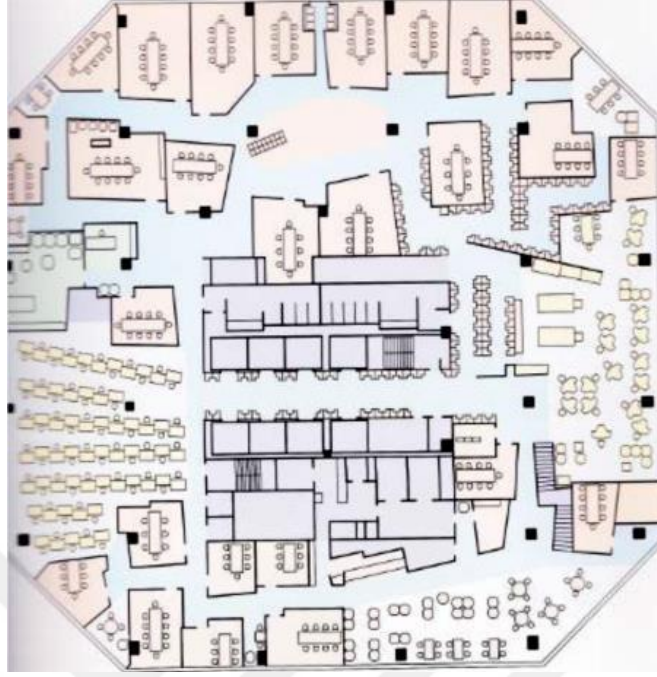
**Kaynak:** [URL 20]

### **2.1.5. Grup Düzenli Ofis**

Grup düzenli ofis büyük bir ofis alanının parçalanmış ve indirgenmiş şeklidir. Ancak ofis organizasyonu planlanırken, iç bölücüler binanın biçiminden daha önemlidir (Naghavi, 1995). Düzenlenen grup, hücreli ofisin duvarlarının çıkarılması ve çok kişili hücrelerin eklenmesiyle oluşturulur. 2-3, 5-10 kişilik çalışma alanları düzenlenir. Mekânın derinliği güneş ışığı ile belirlenir (12-14 m) ve doğrudan çalışma alanı çekirdek kabul edilir. Sonuç olarak, bölümler içinde güçlü bir iletişim söz konusudur. Böylece grup çalışması bu planda yapılmakta olup orta büyüklükte bir mekân için yeterli olmaktadır (Gürer, 1997:241).

1997 yılında Los Angeles'ta TBWA tarafından tasarlanan Chiat / Day Office binasının özellikleri grup düzenli ofis şeklinde tasarlanmıştır (Şekil 2.11). Alan için 5-10, 1-3 boşluk bırakılmıştır. Esneklik ve ekonomik nedenlerden dolayı, her bir kat, bu temel elemanların en az üçünün bir kombinasyonunu oluşturmuştur (Şekil 2.12). Her iş grubunun doğal ışıktan eşit olarak faydalanması sağlanmıştır (Naghavi, 1995).





**Şekil 2.11. Los Angeles'ta TBWA tarafından tasarlanan Chiat / Day Ofis**

**Binasının planı**

**Kaynak: Öztürk, 2018**



**Şekil 2.12. Los Angeles'ta TBWA tarafından tasarlanan Chiat / Day Ofis**

**Binasının iç mekân görseli**

**Kaynak: [URL 21]**

## **2.2. Organizasyonel Özelliklerine Göre Ofisler**

Kurumların organizasyonel yapılarını baz alarak birimlerin birbirinden etkileşimine ve bağımsızlıklarına bağlı çalışma şekillerine göre tasarlanan organizasyonel ofis tipleri dörde ayrılabilir. Bunlar; Kovan, Hücre, Küme, Kulüp modelleridir.

### **2.2.1. Kovan Organizasyon Modeli**

Kovan ofis modeli, çok fazla etkileşim imkanı sunmadığı için genelde bireysel ve rutin işlerin yapılması için uygun olan ofis türüdür. Geçmiş dönemlerde denetim altında yürütülmesi gereken basit ve sürekliliği olan işlerin görüldüğü yarı endüstriyel iş alanlarında kullanılan bu ofislerde elemanlar sürekli oturma pozisyonunda çalışmaktaydı. Telefonla satış, veri girişi, rutin bankacılık ve finans işlemleri, idari operasyonlar, bilgilendirme servisleri gibi örneklendirilebilecek işlerin görüldüğü bu ofis model, tekdüze açık ya da bölümler halinde kullanılmaktadır. Kovan tipi modelde, önemli olan çalışanların konforu değil, çok sayıda insanın çalışabileceği bir ortam yaratmaktır. Özellikle Japonya'da sıkça rastlanan bu tip ofislerde tekdüze masa sıralarının hakim olduğu görülmektedir. Florasan ampuller ile aydınlatılan ve genellikle 'ada' planı yerleşimine göre tasarlanmış mekânlardır (Çimen, 2008).

### **2.2.2. Hücre Organizasyon Modeli**

Bireysel konsantrasyon gerektiren işlerin görülmesi için etkileşim ve iletişimden uzak olarak tasarlanmış hücre tipi ofislerin geçmişi kovan tipi organizasyon biçiminden bile eski dönemlere dayanmaktadır. Genellikle, hukukçular, bilim adamları, muhasebeciler, akademisyenler, araştırma enstitüleri çalışanları, yönetim ve istihdam danışmanları gibi yüksek statülü mesleklerde çalışan kişiler tarafından tercih edilmektedirler. Bu ofis organizasyon türü çalışanlara günün istedikleri her saati mahremiyet alanı içinde çalışabilme imkanı sunmaktadır.

Kurumlardaki üst düzey yöneticiler ve yüksek statülü mesleklere sahip kişiler kimse tarafından rahatsız edilmeden çalışma ihtiyacı duymaktadırlar. Bu nedenle kendilerine bölünmüş, bireysel çalışma alanı sunan hücre organizasyon modeli, bu kişiler için idealdir. 1960'lı yıllardan itibaren Kuzey Amerika'daki ofislerin birçoğunun genel ofis ortamlarından izole edilen hücre tipi ofis modelinde tasarlandıkları görülmektedir. Bir tür statü sembolü haline gelen hücre tipi ofisler, Kuzey Avrupa'da Çalışma Konseyi'nin belirlemiş olduğu standartlara uygun olarak, özdeş ve birbirleriyle değiştirilebilir özellikli, bireysel hücrelerden oluşan ofisler

şeklinde kullanılmıştır. Bu iki hücre tipi ofis modeli birbirinden oldukça farklı özelliklere sahiptir (Çimen, 2008).

Bir diğer hücre tipi ofis modeli de paylaşımlı ofislerdir. Örneğin Kuzey Amerika'da kullanılan hücre tipi ofisler, otel mantığında olduğu gibi paylaşılarak kullanılmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojisinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak değişen ofis iş tanımları sonucu, "otelcilik" sisteminde tasarlanan paylaşımlı ofislerin kullanımı yaygınlaşmıştır. Çalışmamızın konusunu oluşturan paylaşımlı ofislere ilerleyen bölümlerinde ayrıca değinilecektir. Belirli tipteki bazı faaliyetlerin belli bir tip ofis mekânında yürütülmesine olanak sağlayan klüp tipi ofisler, bu otel tipi ofislere duyulan büyük talep sonucunda ortaya çıkmaya başlamıştır (Duffy, 1997).

### **2.2.3. Küme Organizasyon Modeli**

Bazı grup çalışmaları yüksek düzeyde etkileşim gerektirmediği gibi ama aynı derecede özerk de olmayabilirler. Küme tipi ofis modeli bu türden çalışmaların imkanı verebilmek amacıyla tasarlanmış bir modeldir. Küme tipi organizasyon modelinde mekân, genel olarak basit açık planlı ofisler veya grup odaları şeklinde grup çalışmaları yapılabilmesi amaçlanarak planlanmıştır. Küme tipi ofisler, takımların çalışma tarzlarını, ortak kaynak kullanımlarını dikkate alarak tasarlandığı için kişisel özerklikten de uzaktır. Telefon, faks gibi ofis araç ve gereçlerinin herkesin kolay ulaşabileceği bir ortak kullanım alanı planlanmıştır. Tasarım ofisleri, sigortacılık, reklamcılık, medya gibi takım çalışması gerektiren bazı iş kolları, küme ofis modelini tercih eden sektörler için örnek olarak verilebilir. Bu türden ofislerde çalışanlar hep birlikte ve aynı anda birden çok proje üzerinde çalışabildiği gibi bazen de çalışanlar aynı anda farklı yerden birden fazla proje üzerinde de çalışabilirler. Çok nadir de olsa tek bir proje üzerinde de çalışılmaktadır. Bu tarz işkolları için küme tipi ofis modelleri, grup çalışmasının çoklu ve değişken taleplerini en iyi karşılayabilen ofis modelidir demek mümkündür. Zaman içinde teknolojinin gelişimiyle bu ihtiyacın da değişebileceği düşünülmektedir. Kovan ve hücre ofis modelleriyle kıyaslandığında, küme ofis modelinde grup faaliyetlerine ayrılan alanların dengesinde önemli farklılıklar bulunmaktadır (Çimen, 2008).

#### 2.2.4. Kulüp Organizasyon Modeli

Bilgiye dayalı işlerin yürütüldüğü, yüksek düzeyde zeka ve konsantrasyona ihtiyaç duyan ve dolayısıyla da yüksek düzeyde etkileşim ve aynı derecede bağımsızlık gerektiren işler için tasarlanan ofis tipi, “Kulüp Organizasyon Modeli “ adını almaktadır.

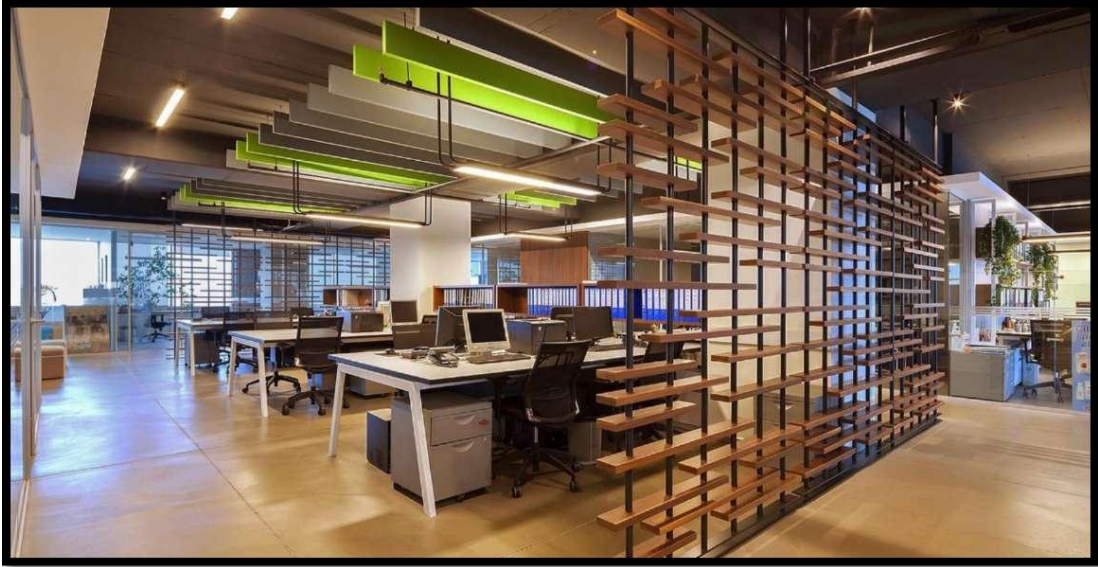
Kulüp tipi çalışma ortamları zengin, çeşitli ve hareketli ortamlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma modelinin hareket özelliği nedeniyle, mekân gün içinde aralıklarla bireyler veya gruplar tarafından kullanılabilir. Bu tip ofislerde çalışanların faaliyete uygun olarak mekân kullanımında zaman paylaşımı söz konusu olabilmektedir. Bu paylaşım oranı yapılan işlerin içeriğine, mekân içinde ve dışında görülmesine göre değişebilmektedir. Ofis hem konsantrasyon gerektiren bireysel işler, hem de etkileşimci grup işleri için uygun olarak tasarlanmıştır. Yüksek düzeyde entelektüel personel çalıştıran, problem çözümü üzerine konsantrasyonu yüksek ve paylaşılan bilgiye devamlı erişim gerektiren; reklamcılık, medya şirketleri, bilgi teknolojisi şirketleri ve birçok yönetim danışmanlık şirketi bu kapsamdadır. Kulüp Organizasyon modeli, çeşitli çalışma ortamlarının zaman paylaşım ilkesi ile bir araya getirilmesi mantığına göre tasarlanan bir ofis planıdır.

Yukarıda açıklanan 4 farklı organizasyon modeline göre gruplanmış ve özetlenmiş ofis tipleri, her bir çalışma modeli için ihtiyaçlara uygun mekân ve mobilya kullanımı gerekmektedir. Bu 4 farklı organizasyon modelinin ihtiyaçlarına göre farklı ofis tiplerine yer verilmesi bu organizasyonlardan en fazlasını alabilmeye imkan verir. Örneğin; kovanlar için daha basit, hücreler için daha zengin ve bireysel çalışma ihtiyaçlarına cevap veren, kümeler için basit planlanmış ve grup çalışmalarına uygun, kulüpler için de içinde birçok zengin ve karmaşık ortam barındıran mekânlar gibi. Mekân kullanımında zaman paylaşımı olan ofisler daha etkileşimci ve daha özerk olan çalışma modelleri için uygundur, çünkü ofis kullanımı aralıklı ve düzensizdir (Duffy, 1997).

### 2.3. Ofislerde Renk

Renk aynı dalga boyundaki ışık parçalarının birbirinden ayırt edilmesini sağlayan bir öge olarak tanımlanmaktadır. Renk algılanırken, ışığın madde ve cisimler üzerinde farklı oranlarda yansıma ve soğrulmasıyla çeşitlilik gösterir. Renk esnek ve baskın bir tasarım elemanı olduğundan, iç mekan tasarımlarında, yapılı çevrelerde ve insanlar arasında kullanılan en birincil tasarım öğelerinden birisidir (Holtzschue, 2006).

Seçilen farklı renklerle, mekanda bulunan yüzeyler, biçimlenişler daha farklı ve net algılanmaktadır. Bir mekan tasarlandıktan sonra devamlı tasarımda revizyon yapılmayacağından, başta tasarım yapılırken renk seçimindeki önem gözden kaçırılmamalıdır (Özdemir, 2005) (Şekil 2.13).



**Şekil 2.13. Ofis tasarımı renk seçim örneği**

**Kaynak:** [URL 22]

Doğru ve duyarlı bir renk algılamasının önemli olduğu iç mekânlarda, mekânın tayfsal özellikleri bakımından özenle seçilmiş, ışıklarla aydınlatılması gerekmektedir. Renklerin doğru algılanması, renksel dağılımların çok az olması, yani görünen rengin öz renge çok yakın olması demektir. Öz renk, nesnenin, tüm renkleri aynı oranda içeren kuramsal beyaz ışık altında görünen rengidir. Görünen renk ise,

nesnenin kuramsal beyaz olmayan ışıklar, yani hemen hemen doğal ve yapay tüm ışıklar altında algılanan rengidir (Özbudak vd., 2003).

Renk kavramı, tasarım süresi boyunca aydınlatma öğeleriyle, kullanılan malzemelere, mekanda bulunacak çeşitli donatılarla bir arada düşünülerek iç mekan düzenlemelerinde vazgeçilmez bir tasarım parametresi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, seçilen renkler birlikte düşünülmesi gereken unsurlarla doğru bağdaştırılmazsa kişiler üzerinde negatif algılar oluşturulabilir. Bunun için de rengin mekan algısıyla birlikteliği planlamalıdır (Manav, 2011) (Şekil 2.14).



**Şekil 2.14. Ofis Tasarımı Renk Seçim Örneği 2**

**Kaynak:** [URL 23]

“Renk, günlük yaşantımız içerisinde bir anlatım dili oluşturmuştur. Bu anlatım dili, belirli renklerle ilgili bir kodlama da oluşturmaktadır. Kişilerin belleğindeki kodlama, mekan bileşenlerinin kişisel duyuları uyarmasına bağlı olarak negatif algı ile pozitif algı arasında değişebilir. Negatif algı, bir mekan için görsel duyum eşiği minimum olduğunda, mekansal uyarılardan gelen sinyaller zayıfladığında ortaya çıkmaktadır. Donatılar, yüzey renkleri türsüz ise, diğer bir deyişle, siyah-beyaz ekseninde, akromatik renk düzeni oluşturulmuşsa negatif algı ortaya çıkmaktadır. Tek bir renk türü, yalnızca değer bileşeninde değişikliğe



uğramışsa, yine negatif algı oluşur; mekan monoton, sıkıcı, durağan gibi olumsuz sıfatlarla tanımlanır. Pozitif algı ise, bir mekandaki renk kompozisyonu farklı renk türleri ile oluşturulmuşsa, aynı renk türüne ait yüksek doymuşluk derecelerinde renk örnekleri birlikte kullanılmışsa ve/veya yüzey dokuları baskın ise ortaya çıkmaktadır” (Manav, 2015).

İç mekan tasarım uygulamalarında renk seçimi yapılırken; rengin kişi üzerindeki etkileri göz önünde bulundurulmalıdır. Bu etkilere örnek verilecek olunursa; sıcak, dinamik, soğuk, dingin vb. verilebilir. Işığın rengiyle boyanın rengi beraber düşünüldüğünde daha başarılı tasarım ve çözüm önerileri çıkması kaçınılmazdır (Fraser ve Banks, 1994) (Şekil 2.15).



**Şekil 2.15. e-bebek Genel Müdürlük İç Mekan Tasarımı Renk Kullanımları**

**Kaynak:** [URL 24]

Kullanılan renk şemalarında, en etkin ögenin “değer”, ikinci olarak “doymuşluk” ve son olarak “tür” ögesinin bulunduğu belirtilmiştir (Manav, 2011). Renk, tavan, zemin, duvar ve çalışanların yaratıcılığı üzerinde çok farklı etkilere sahiptir. Seçilen renkler, çalışma alanlarında dikkate alınması gereken çalışma yöntemlerine göre uyarlanmalıdır. Renkler ofis tasarımında birçok amaca hizmet eder. Şirketlerin farklı bölümlerinin ortam atmosferini ya da sınırlarını tanımlamak için, yol bulmak için görsel tanırılığı kolaylaştırmak ve farklı renk izlenimlerine göre şirket karakterlerini tanımlamak için kullanılır. Çalışanların fiziksel ve ruhsal

durumlarının yanında renk; çalışanların sağlığını, ruhsal modlarını ve verimliliğini belirleyen çevresel bir faktör olarak düşünülebilir (Marberry ve Zagon, 1995) (Şekil 2.16).



**Şekil 2.16. Tema İstanbul İç Mekan Renkleri**

**Kaynak:** [URL 25]

Kullanıcı algısal olarak mekanla iletişime geçerek, mekanla etkileşimi kolaylaşır. Bu algısal iletişimde renklerle verilmek istenen iletileri özümser. Mekanı verimli ve etkin bir biçimde kullanması için bu iletişim döngüsü önemlidir. (Çetinbaş, 2012).



**Şekil 2.17. İç Mekan Renkleri**

**Kaynak:** [URL 25]



## 2.4. Ofislerde Aydınlatma

Mekanların ve mekan içerisinde bulunan cisimlerin renklerinin doğru ve etkin bir şekilde algılanabilmesi için, doğal ve yapay aydınlatma çeşitleri kullanılarak, çeşitli ışık çeşitleri oluşturulmasına aydınlatma denir. Aydınlatma, Uluslararası Aydınlatma Komisyonu (CIE = Commission Internationale de l'Éclairage) tarafından "çevrenin ve nesnelerin gereği gibi görülmesini sağlamak amacıyla ışık uygulamak" olarak tanımlanmıştır (Ünver, 2000). Bu tanımla, aydınlatmayla elde edilen görüntünün belirli bir amaca, işlevselliğe uygun olması, konuya hem teknik hem de sanat ve mimari yönden bakılması gereği ortaya konulmaktadır.

"Işık iç mekâna canlılık veren en önemli öğedir. Işıksız hiçbir renk, biçim, doku ve var olan bir iç mekân görülemez. Bu sebeple aydınlatma tasarımının ilk işlevi; iç mekân ve içinde bulunan biçimleri ve mekânı aydınlatmak ve görünür kılmak, dolayısıyla mekân kullanıcılarının ihtiyaç duydukları hızda, rahatlıkla ve hatasız olarak mekan içindeki etkinliklerini yerine getirmelerini sağlamaktır." (Ching, 2006).

Aydınlatmanın temel amaçları olarak;

-Görsel performansı arttırmak

-En iyi görme ve algılama koşullarını oluşturmak

-Enerji harcaması ve maliyet yönünden verimlilik sağlamaktır (Göker, 2002).

Çalışma alanlarında; üretimin kalite standartları çerçevesinden yapılabilmesi, üretim verimliliğini arttırmak ve en önemlisi çalışanların göz sağlığını korumak için aydınlatmanın iyi bir şekilde yapılması gerekmektedir. Çünkü insanların algılamasında en önemli rolü üstlenen göz, algılamada yaklaşık olarak %80'lik bir paya sahiptir. Çalışma ortamı için gerekli uygun ve yeterli bir aydınlatmanın, çalışanların verimi ve yapılan işin kalitesi üzerindeki etkisinin %15-40 arasında olduğu literatürde yer almaktadır (Özdamar, 2017).

Aydınlatma alanlarının en önemli yerleri içerisinde bulunan ofislerde, kaliteli aydınlatma koşulları sağlanırsa insanların psikolojileri ve buna paralel olarak da çalışma verimleri olumlu bir şekilde etkilenir. Farklı iş ve kullanıcılara yönelik oluşturulan mekanlarda, doğal ve yapay aydınlatmanın her ikisine de yer vermek gerebilir. Ofis alanlarında aydınlatma tasarımı ve iç mekan düzenlemesindeki konumları, enerji verimliliği göz önünde bulunarak düşünülmelidir. (Lehman, 2002) (Şekil 2.17).



**Şekil 2.18. Türk Mühendisler Birliği Merkez Binası Aydınlatma Örneği**

**Kaynak:** [URL 26]

Çalışma mekanlarında; aydınlatma, yüzey, gölge, kontrast ve karakterlerin genel konfor efektinin renk bileşenleri için yeterli ışıklandırma ile yansımaları ‘optik koşullar’ olarak adlandırılır (Gottschalk, 1967). “İyi bir aydınlatma hem üretimi hızlandırmakta hem de işçinin sağlığı, güvenliği ve etkinliği için temel bir faktör oluşturmaktadır. İyi aydınlatılmamış bir ortamda gerçekleştirilen bir çalışma neticesinde, göz bozuklukları, kazalar ve malzeme kayıpları meydana gelmekte ve

üretim yavaşlamaktadır. Özellikle hassas iş yapılan yerlerde yetersiz aydınlatma çalışanın verimliliğini azaltmaktadır” (Ilıcak, 1988).

Bir işyerinde iyi bir aydınlatma sistemine sahip olunmak istendiğinde şu özelliklere dikkat edilmesi gerekmektedir;

-Aydınlatma şiddeti yeterli olmalıdır.

-Gölgeleme ve ışık yönüne dikkat edilmelidir.

-Aydınlatma bütün alana eşit yayılmalıdır

-Işık yansımalarından kaçınılmalıdır.

-Kullanılan ışığın niteliği ve niceliği uygun olmalıdır.

-Parlaklık ve sarsılma değişmelerini engellemek için aydınlatma sabit olmalıdır.

-Çalışma alanlarında, yansıma ve psikolojik etki açısından uygun renkler seçilmelidir (Hayta, 2007).

İnsanların psikolojik olarak kendilerini rahat hissetmesini ve konforlu bir hareketi sağlayan ışık; doğru yerde ve doğru şekilde kullanılmadığı takdirde; göz rahatsızlıkları, kamaşma, noktasal ışık kaynaklarının oluşması, bilgisayar ekranında yansımalar, görme alanı içinde farklı parlaklık seviyelerinin oluşması, üretimde yavaşlama, çalışma verimliliğinin azalması, iş kazaları ile beraber malzeme israfı gibi uzun vadede önemli zararlara neden olabilmektedir. Yeterli bir aydınlatma; yansıma oranı, aydınlatma düzeyi, ışık şiddeti, parlaklığı, yüzeylerin aydınlatma konsantrasyonları, gölge, renk gibi bileşenlerin konfor şartları açısından uygun optik koşulları kapsamaktadır (Özdamar, 2017).

Markus (1967) gün ışığı ve ofis çalışanları ile ilgili yaptığı bir çalışmada, çalışanların yüzde 96'sının yapay ışığın aksine doğal ışık altında çalışmayı tercih ettikleri ve yüzde 86'sının da sadece bir mevsim değil tüm yıl boyunca çalışma

mekânlarında gün ışığı varlığını istedikleri, çıkarımını yapmıştır. Yapılan bir diğer çalışma da ofis çalışanlarının doğal aydınlatma tercihi sebebini, kendilerini gün ışığı altında daha mutlu, huzurlu, sağlıklı ve üretken hissetmeleri şeklinde ortaya koymuştur (Charles ve Pero, 2006).

Boyce vd. (2003) yaptıkları çalışmada, ofis mekânlarında sağlanan genel aydınlatmanın her kullanıcıyı tatmin edemediğini ortaya koymuşlardır. Veitch (2005) ise çalışmasında, kullanıcıların ve yapılan işlerin birbirinden farklı özellikler taşımasının, genel aydınlık düzeyine duyulan, memnuniyetsizliği ortaya çıkardığını ve bu sebeple de, bireysel aydınlatma kontrolünün sağlanabildiği bölgesel aydınlatmaların ofislerde önemli olduğunu vurgulamıştır (Şekil 2.18.).



**Şekil 2.19. Orrick, Herrington & Sutcliffe Ofisi Aydınlatma Örneği**

**Kaynak:** [URL 27]

Çalışanın göz sağlığı, iş düzeyindeki verimliliği ve motivasyon açısından doğru ve sağlıklı bir ofis aydınlatması önemlidir. Bu aydınlatma ofisin firma anlamında imajı ve prestiji açısından da etkili bir unsurdur. Uygun aydınlatma seçimleri yapılmazsa, gözlerde kamaşma, yansıma, yorulma gibi sorunlar ortaya çıkar. Bu sorunlar yapılacak işin zamansal ve verimlilik anlamında olumsuz

etkilenmesine yol açar. Rahat ve huzurlu bir çalışma ortamı oluşmasında, mekanın niteliğine uygun aydınlatma tasarımları yapılmalıdır (Özkum, 2011).



**Şekil 2.20. Ofis Aydınlatma Örneği**

**Kaynak:** [URL 27]



**Şekil 2.21. Ofis Aydınlatma Örneği**

**Kaynak:** [URL 27]

Aydınlatma, doğal ve yapay (gün ışığı ve lamba ışığı) olmak üzere ikiye ayrılır. Gerek gün ışığı gerek lamba ışığı ile aydınlatma biçimleri yapıları oldukça ayrı niteliklerde etkiler. Bu biçimlenişler iyi çözümlenebildiği zaman, yapıda fiziki ortamda en önemli öğelerden biri olan ışığın, en iyi görme koşullarını sağlamasını olanaklı hale getirir (Göker, 2002). Bu iki tip aydınlatma aynı amaca hizmet etseler de birbirlerinden çok farklıdırlar. Gün ışığının yeterli olmadığı durumlarda, enerji tüketilerek yapılan aydınlatma yani yapay aydınlatma kullanılır.

### **a. Doğal Aydınlatma**

Güneş ve gökteki ışıkların birleşiminden doğal aydınlatma oluşur. Doğal aydınlatma; mevsimlere, iklimlere ve günün değişen saatlerine göre farklılık gösterir. Bu bağlamda doğal aydınlatmayı yapay aydınlatmadan ayıran en büyük özellik; doğal aydınlatmanın değişken olarak karşımıza çıkmasıdır. Bu da kendi içerisinde monoton olmayan bir yapı oluşturur. Gün ışığı gün içerisinde farklı çeşitlerde renkler oluşturur. Bu çeşitliliği, mevsimsel ve iklimsel farklılıklarla beraber düşünüldüğünde mekanda fazlaca ışık çeşitliliği oluşur. Bu bağlamda gün ışığı canlı ve sürekli değişen bir özelliikle karşımıza çıkar. Bu özellik insan doğasına uyumlu bir şekildedir (Koçu, 2008).

Mekanları, nesnelere, biçimleri en yakın renkleriyle ve doğal halleriyle görmemizi sağlaması, doğal aydınlatmanın en önemli avantajıdır. İnsanların hep arzuladığı şey, mekanları sağlıklı ve ferah kılmaktır. Bu ideal bol miktarda gün ışığını içeriye almayı ve yapı açıklıklarını da bu bağlamda arttırmayı gerektirmektedir. Doğal aydınlatmada, çevredeki yapılar, duvarların yansıtıcı özellikleri, pencerelerin bulunduğu yerler ve tipleri önemlidir (Özkum, 2011).

Doğal aydınlatma tasarımı için uyulacak ilkeler şunlardır;

-Yüksek pencereler, alçak olan pencerelere göre daha etkindir.

-Çalışma alanının pencereye olan uzaklığı, pencere yüksekliğinin iki katını geçmemelidir.

-Odalarda pencere alanı, oda alanının 1/5'i oranında olmalıdır.

-Pencere önünde güneş kırıcı elemanlar kullanılarak, güneş ışığının direk etkisinden kaçınılmalıdır.

-Binalar arası uzaklık en az bina yüksekliğinin iki katı olmalıdır (Erkan, 1997).

### **b. Yapay Aydınlatma**

Yapay aydınlatma farklı aydınlık düzeylerine ve renklerine sahip lambalarla yapılmaktadır. Yapay aydınlatma doğal aydınlatmanın aksine yapı içerisinde isteğe bağlı oluşturulan bir ışık çeşididir. Bu aydınlatmalar mekanlarda, istenilen yerde, düzeyde ve sıklıkta kullanılabilir. “Yapay ışık ateşle birlikte keşfedilmiş, zamanla ateşi kontrol altında tutan ve gerektiğinde taşınma imkânı sunan aydınlatma elemanı tasarımları ortaya çıkmaya başlamıştır. İnsanlar ilk olarak meşalelerle yapay ışığı mekânlar arası taşıyabilmişler daha sonra kullanım kolaylığı sunan, hammaddesi coğrafi koşullara ve mevsimlere göre değişen kandiller tasarlamışlardır. Bu tasarımlar sayesinde doğal ışığın yetersiz kaldığı durumlarda oluşan ve korku uyandıran karanlık ortam aydınlatılmış, kullanıcıların beklentilerini cevaplandırarak şekilde ışığın gücü ihtiyaca göre artırılmıştır” (Fitoz, 2004).

Yapay aydınlatma tasarımında bazı özelliklerden bir veya birkaçı sağlanmalıdır:

-İyi ve ayrıntılı görebilmek

-Rahat ve uzun süre yorulmadan bakabilmek

-Konunun ve işin özelliğine uygun bir aydınlatma seçmek ve sağlamaktır. (Koçu, 2008)

## 2.5. Ofislerde Mobilya

Ofis tasarımlarında ofis mobilyalarının seçimi, düzenlenişi ve işlevi iç mekan tasarımında ve çalışan kullanıcının verimliliğinde önemli bir yer tutmaktadır. Günümüzde ofis mobilyası dendiğinde akla ilk gelen temel mobilyalar; dolaplar, masalar ve çalışan verimliliğini arttıran diğer mobilya yan elemanlarıdır. (raflar, kesonlar vb.) Çalışma masaları, çalışanların çalışma stilleriyle uyumlu olmalıdır. Bu bağlamda masa başında çalışan biri için çalışma masaları, çalışan performansını arttırıcı yönde ve ofis ortamındaki diğer ekipmanlarla uyumlu olacak şekilde tasarlanmalıdır (Pentikist vd., 2002) (Şekil 2.19).



**Şekil 2.22. Ofis Mobilyaları Tasarım Örneği**

**Kaynak:** [URL 28]

Ofislerde çalışma masası genel olarak verimlilik ve kullanılabilirlik açısından bazı özellikleri içermelidir:

- Çalışma masasının yerden yüksekliği en az 70 cm olmalıdır.
- Yüzeyi mat olmalıdır.
- Yüzey genişliği 120-150 cm, eni 70 cm olmalıdır.



-Köşe ve kenarları pahlanmış olmalıdır.

-Kaygan ve kırılğan olmamalıdır.

-Tekerlekli olmayıp, zemine sabitlenmiş olmalıdır (Pentikist vd., 2002).

Çalışanların yazı yazdıkları, telefona baktıkları, çalışma eylemini gerçekleştirdikleri yer çalışma masalarıdır. Konforlu bir çalışma ve sağlıklı bir bedensel duruş için ofis sandalyelerinin tasarımı önemlidir. Yerinde konumlandırılmış ve ayarlanmış ofis sandalyesi, kişinin vücut pozisyonunu ve kan dolaşımını olumlu yönde etkiler. Sırttaki basıncı ve kas kullanma gerekliliğini azaltır. (Aksoydan, 2003)

Ofis sandalyesi şu özellikleri içermelidir:

-Yükseklik ayarı olmalıdır. Bel desteği için 20 derecelik açıyla öne meyilli olmalıdır.

-Oturma minderinin kumaşı nefes alabilir olmalıdır.

-Hareket sınırlaması olmaması için, kendi etrafında 360 derece dönebilmelidir.

-Sandalyenin hareketi, beş tekerlek üzerinde dengeli destekleme yeteneğine sahip olmalıdır.

-Sandalyenin ayak üst yapısı ve arka kısımları, uygun boyutlara sahip olmalıdır (Aksoydan, 2003).

Depolama için olan ofis mobilyaları; kitaplıklar, raflar, dosya dolapları ve kesonlar olabilmektedir. Dolaplar genellikle; açık raflı veya tüm-yarım kapaklı olarak üretilirler. Raf aralıklarını ve derinliklerini belirlerken de genellikle klasör ölçüleri referans alınır. Kesonlar genellikle çalışma masaları altlarında, çalışanın her an ulaşabileceği materyalleri saklaması için kullanılan çekmece üniteleridir. Kesonlar taşıyıcı, sabit, masa yanında ve hareketli olarak gruplandırılabilir (Kaya, 2010).

Çalışma istasyonları tasarımında insan sistemin merkezinde yer alır. Bu sistemler birçok kişinin çalışma ünitesini içinde bulundurarak tasarlanır (Güney, 2005). Farklılaşan ofis tiplerine göre mobilya tasarımında farklı yaklaşımlar görülmektedir. Örneğin; açık ofis sisteminde duvarlar olmadığından mobilyalar istenildiği gibi hareket ettirilip düzenlenerek esneklik oluşturulur. Bu bağlamda; ofis ortamında kullanılan mobilyalar, çalışanın ihtiyaçlarını giderici, kolaylaştırıcı ve konforlu olacak şekilde tasarlanarak bu yönde geliştirilmelidir. (Odgers, 1997) (Şekil 2.20)



**Şekil 2.23. Ofis Mobilyaları Tasarım Örneği 2**

**Kaynak:** [URL 29]

“Büro mobilyası tasarımı diğer büro araçlarının tasarımından farklı değildir. Mobilya tasarımını etkileyen faktörler; işlevsellik, teknoloji, özgünlük, estetik ve uygun fiyat olarak listelenir. Mobilya tasarım prensipleri denge, süreklilik, şiddet ve hâkimiyet olarak gruplandırılmaktadır” (Dilik ve Tanrıtanır, 1994). Türkiye’de ofis mobilyası sektörünün 1940’lı yıllardan sonra gelişmeye başladığı bilinmektedir. Bu gelişimi, 1960’larda Türk bankacılık sektörünün gelişimini hızlandırdığı düşünülmektedir. 1980’li yıllarda daha çok ithal edilerek karşılanan ofis mobilyası gereksinimi, 1990’larda yerli üreticinin yeniden yapılanmasına zemin hazırlamıştır.

Türkiye, 1990'lı yıllarda başlayan ivmeyle bugün adetsel olarak Avrupa'da ilk 5, dünyada ise ilk 7'de yer almaktadır (Yiğit ve Çevik, 2011).



**Şekil 2.24. Ofis Mobilyaları Örneği**

**Kaynak:** [URL 29]

## **2.6. Ofislerde Havalandırma**

İnsanlar gündelik hayatlarında günlerinin ortalama sekiz saatini ofislerde geçirmektedir. Gününün üçte birini geçirdiği bu zaman diliminde, konfor ve sağlık gereksinimleri için yeterli havalandırma şartları bir lüks değil, bir zorunluluk olmalıdır. Havalandırma koşulları doğrudan olarak etkin çalışmayı etkilemektedir. Ofislerdeki kişi başına düşen hava tüketimi 20-40 metrekaredir. 40 metrekarelik küçük ve orta ölçekli çalışma alanları büyük çalışma alanları olarak belirtilmektedir. (Gottschalk, 1968)

Bağıl nem, hava sıcaklığı, ortalama radyasyon sıcaklığı, hava hareketi oranı, cilt sağlığı, giyim özellikleri, terleme hızı, cilt sıcaklığı, deri yüzeyi nemi vb. etkileri olan insan ve çevre arasında ısı aktarımını etkileyen bazı nedenler vardır. Termal konfor şartı, ısı alışverişi dengesinde olmalıdır. Mekâna uygulanabilir klima sistemi, bağıl nemi, hava sıcaklığı ve havadaki toz miktarı ayarlamalı olmalıdır. Ayrıca temiz hava ve havadaki CO2 miktarını, hava hareketi miktarı olarak düzenlemek gerekir (Ertürk, 1976).

Konumu 5 ile 6 kat arasında ve derinliği 8 metreyi geçmeyen zemin alanı çok daha büyük olmayan ısıtma, geleneksel sistemlerde gürültü bariyeri elde edilebilecekmiş gibi pencerelerden doğal havalandırma olarak kullanıyor olabilir. Yapay sistemlere havalandırma yapmak için daha büyük yerler gerekmektedir (Gottschalk, 1968). Bir mekandaki nem ısısı, hava temizliğinden sonraki en önemli özelliktir. Ortamda yüksek rutubet olduğunda, sıcaklık derecesi olarak olduğu olumsuz bir etki oluşması kaçınılmazdır. Havadaki bağıl nem % 45-55 olmalıdır. Alt sınır % 30 olarak belirlenmiştir (Lappat, 1969).

İnsanların hayata karşı olan yaşama alışkanlıkları ve refah seviyeleri, cinsiyete, mevsime, yaşa göre kişiden kişiye değişebilir. Bununla beraber, % 50 bağıl nem, 2124 arasındaki bir sıcaklık, pozitif bir değer olarak kabul edilebilir. Yaz mevsiminde, mekan i sıcaklığıyla dış hava ısısı yer değiştirir. Bu i ve dış sıcaklık değişimlerini ayarlayarak sabitlemek, isteksizlik ve yorgunluğu önlemede etkindir. Mekandaki sıcaklık ayarı gün boyunca uygulanması gereken bir husustur (Onat, 1990). Ofis yapılarında, fazla sayıda kullanıcı ve ısı üreten ofis ekipmanları nedeniyle dahili ısı kazancı yüksek olmaktadır. Bu bağlamda mekana güneşten gelen ısı kazancını azaltmak gerekir. Güneş ışığı yeterince kontrol edilemiyorsa, yapı sadece sıcak mevsimlerde değil her zaman soğutma yükü altında kalacaktır (Çakmanus, 2003).

Tipik olarak belirtilen bazı doğal havalandırma stratejileri ofis binalarında kullanılır:

-Binanın uzun cephesini ve yaz mevsiminde rüzgar yönü üzerinde daha fazla açıklığa sahip olan cepheleri yerleştirilmelidir. (rneğin bina batı hakim rüzgarın yönü ise, kuzey-güney eksenine üzerine yerleştirilmelidir)

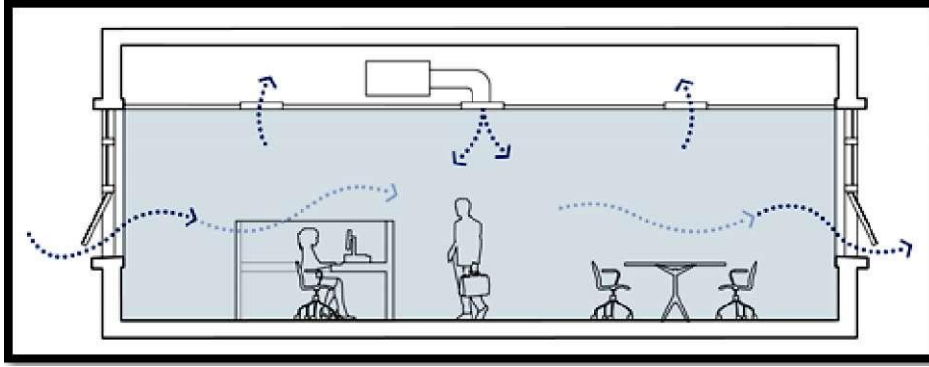
-Hava ıkış açıklıkları, duvarların st bölümlerinde ve rüzgarla dikey olarak yerleştirilmelidir; ama hava giriş deliği hava çıkışlarının hemen alt bölümlerinde konumlanmalıdır.

-Tavan ve zemin arasındaki mesafe en az 3 metre olmalıdır.

-Tüm hava çıkışları, kullanıcılar tarafından erişilebilir olmalıdır.

-Her kat seviyesinde çift cidarlı giriş-çıkış açıklıkları düzenleyerek etkin doğal havalandırma sağlanmalıdır (Karataş, 2004).

Yerden ısıtma sistemi, ofislerde doğal havalandırmadan sonra gelen en kullanışlı sistem sayılabilir. Yerine yerleştirilmiş havalandırma sırasında, serin ve temiz hava zeminden düşük bir hızda dağıtılır ve kirlenen sıcak ortam sıcaklığının tavan seviyesinden çıkmasıyla yer değiştirir. Bu sistem, duvarların ve pencerelerin altına üfleme havası da dahil olmak üzere farklı uygulamalara sahiptir. Doğal havalandırma, deplasmanlı havalandırma, uygulama, maliyet ve kontrol zorluğu dahil olmak üzere çeşitli kriterlere göre karşılaştırıldığında en iyi yöntem olarak deplasmanlı havalandırma ortaya çıkmaktadır (Yeang, 1999) (Şekil 2.21).



**Şekil 2.25. Ofislerde Doğal ve Yapay Havalandırma Şematik Gösterimi**

**Kaynak:** [URL 30]

## **2.7. Ofislerde Ergonomi**

Ergonomi farklı dillerdeki kelime kökenlerinin birleşmesiyle karşımıza çıkmıştır. Hem çalışan sağlığını koruyan hem de iş üretiminde artış sağlayan bir çalışma bilimidir. Ergonomi, insanların anatomik ve antropometrik özelliklerini, psikolojik ve fiziksel kapasitelerini ve toleranslarını göz önünde bulundurarak, iş ortamındaki her türlü faktörlerin etkisiyle olabilecek psiko-sosyal stresler karşısında, sistemin verimli işlemesi ve insan-makine çevre uyumunun ana yasalarını ortaya koymaya çalışan disiplinler arası bir inceleme alanıdır. “İnsan faktörleri

mühendisliği” olarak da bilinen ergonomi, insanla kullandığı donanım ve bulunduğu çalışma ortamı arasındaki bağıntıları inceler (Erkan, 1997).

Ergonominin ofis tasarım anlayışına girişı; özellikle 2. Dünya Savaşı sırasında, başıta Amerika Birleşik Devletleri’nin yeni bir bakış açısı, farklı bir perspektif kazanımı bağlamında; mühendisler, sosyologlar ve psikologların organize olup çalışma anlamında sistematik bir çalışma düzeni oluştururlar. Mühendisler, sosyologlar ve psikologlar makinelerle çalışan insanların hem donanımsal hem hassaslık inancı ihtiyaçlarının hesaplanması için sistematik bir çalışma yöntemi organize etmişlerdir (Mesta, 2014).



**Şekil 2.26. Ofislerde Ergonomi Örneği**

**Kaynak:** [URL 30]

Ergonominin uğraş alanları şunlardır:

-İnsan özellikleri ve kapasite sınırları

-Çalışma koşulları

-Çevresel koşullar

-İnsan-makine ilişkisi

Bu alanda yapılan çalışmalar sonucu belirlenen ana hedefler şunlardır:

-İşçi sağlığı ve iş güvenliğinin sağlanması

-İşgücünde oluşan kayıplarının önlenmesi

-İş stresi ve yorulmanın azaltılması

-İş kazaları ve mesleki risklerin minimize edilmesi

-Kalite ve verimliliğin yükseltilmesi (Su, 2001).



**Şekil 2.27. Ofislerde Ergonomi Örneği**

**Kaynak:** [URL 30]

Ofislerde ergonomik kullanıma sunulduktan sonra, gerekli donanım, mekanik, elektronik, ekipman ve personel ile birlikte bu elemanları kullanmak için



gerekli cihazların kullanılması düşünölmelidir (Erentok, 1991). İnsanlar işyerinde sağlıklı, güvenli ve üretken hissetmelidirler. Ayrıca çalışmak için gerekli ekipmana sahiptirler; ses, aydınlatma, sıcaklık gibi çevre faktörleri ve iş organizasyonu ve insan, yapısal, mekansal ve psikolojik özelliklere yönelik yönetim sistemleri düzenlenmelidir (Nakışçı, 2018).

Ergonomi insanların fiziksel ve zihinsel yeteneklerini desteklemektedir. Kullanılan her türlü teçhizatın insanlar tarafından en etkin şekilde kullanırlsa da, onları genel sağlık, emniyet ve sistem uyumluluk meselelerini dikkate almayı gerektirir. Bu nedenle, insanların fiziksel ve ruhsal ihtiyaçları göz önüne alınarak, üzerinde çalışan sistemlerle kullanılmak üzere tasarlanan tüm sistemlerin davranışlarını belirleyerek uygun ve üstün verimlilik olarak değerlendirilmelidir (Salvendy, 2012).

Ergonominin temel görevi, bir işletmeyi yukarıdaki amaçlara uygun olarak düzenlemektir. Bir anlamda ergonomi, kişinin düzenlemesi şartnamelere uygun olarak tanımlanabilir (Nakışçı, 2018). Teknoloji alanındaki hızlı ilerleme, ürünlerin devamlı gelişimi, aktiviteler, girişimcilerin tekrar organizasyonu ve sistemin teknik dizaynına göre sosyal sisteme yol açmıştır. İnsanlar bu devamlı yenilenme ve gelişim içinde yetersiz kalmamak adına, insan yeteneklerinin, uzmanlığın en üst düzeyinden yararlanması için bireysel özellikler ve yetenekler üzerine sürekli araştırmalar yapmışlardır. Ofis mobilyaları ve ekipmanlarının ergonomisinin, çalışanların üzerindeki etkileri bilimsel olarak ileri sürölmüştür. (Mesta, 2014)

## **2.8. Günümüz Modern Ofisleri ve E-Ticaret Ofisleri**

“İçinde yaşadığımız yeniçağda, zenginlik bilginin ürünüdür. Bilgi, ekonominin başlıca hammaddeleri ve en önemli ürünleri haline gelmiş bulunuyor. Günümüzde zenginlik yaratmak için gerek duyulan sermaye varlıkları arazi, bedensel emek, imalat aletleri ve fabrikalar değildir. Bunları yerini bilgi almış durumdadır” (Stewart, 1999). Ofis yapılarının, duvarlar ile çevrilmiş, kullanıcı gereksinimlerini karşılamak ve yapılan işin kesintiye uğramadan devamını sağlamak için kullanılan alanlar ve yardımcı elemanlardan oluşan mekanlardan uzaklaşıp, bilgi teknolojisine

dayalı esnek sistemler haline dönüştüğünden bahsetmektedir. Bu da insanları sürekli aynı mekanda olmak zorunda olduğu kapalı kutulardan uzaklaştırıp, daha farklı mekanlara çalışma amacıyla bakılmasını ve beraberinde yeni çözümleri getirmiştir. Özellikle bilişim ve yapım teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler bu değişimi tetikleyen önemli unsurlar olmuştur (Kayan 2012).

Otuz yıllık süre zarfında değişen ve gelişen teknoloji sayesinde insanların dünyaya olan algısı değişmiştir. İki yüzyıl öncesine kadar tüm çalışma ortamları birbirine benzerken, teknolojik gelişmeler ofisleri mesken haline getirerek; çalışma ortamlarını konutlarda görmek doğal bir hal almıştır. Doksanlı yılların başında ortaya çıkan internet sayesinde insanlar her yerde çalışabilir hale gelmiştir. Bu bağlamda kişiler gündelik zamanlarının büyük bir kısmını ofislerde geçirmeye başlamıştır. Evinden çok ofislerde yaşayan insanlara dikkat çekmek adına Charles Fourier bu konuyu ele almıştır. Oldukça çok sayıda farklı arayışlar; bugün tasarımcı olarak mimarların hem çalışma hem yaşama fonksiyonuna uygun mekanlar üretmesine yöneltmiş, önem gösterdikleri unsurlar haline getirmiştir. (Bonet, 2005)

Günümüzün küresel ekonomi hayatı içinde birçok iş alanı, giderek daha dinamik, karmaşık ve öngörülemez bir bilgi ortamına doğru kaymaktadır. Bu durum işletmelerin kullandığı ofis alanlarında yeni bir paradigmanın doğmasına neden olmuş, mesai süreleri ve iş ortamları açısından esneklik sunan ofislere ihtiyaç doğmuştur. Diğer yandan bilişim ve teknolojiye hızlı ilerleme ile serbest meslek sahiplerinin sayısında artış yaşanmış ve işgücü piyasasında yaşanan değişimler, ofis alanlarının kullanım biçimlerini etkilemiştir (Green, 2014). Anson ve diğ.’e (2002) göre, geleneksel ofis yapıları, iş için gerekli olan temel gereksinimleri sağlamak üzere tasarlanmakta, fakat günümüz yeni ofis alternatifleri sadece temel gereksinimleri değil, aynı zamanda çalışanların ve şirket sahiplerinin değişen gereksinimlerini karşılamak üzere kurgulanmaktadır. Geçmişte anahtar kelimeler “hiyerarşi, statü, mahremiyet” iken bugünün iş odakları ise “takım çalışması, ofis alanı esnekliği, kurumsal kimlik” olmuştur (Şekil 2.22). Şekil 2.23’de “Geleneksel Çalışma Biçimi” ile “Gelişen Çalışma Biçimi” karşılaştırılmıştır.

## Geçmişte

Hiyerarşi



Statü



Mahremiyet

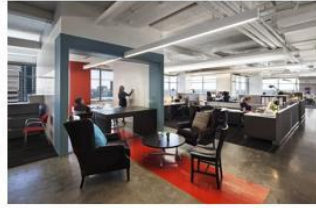


## Günümüzde

Takım çalışması



Ofis alanı esnekliği







Kurumsal Kimlik



Şekil 2.28. Ofis alanlarında eski ve yeni trendler

Kaynak: [URL 31]

<i>Geleneksel Çalışma Biçimi</i>		<i>Gelişen Çalışma Biçimi</i>
Ofiste çalışılır	Etkinlik Esneklik Maddi tasarruf Performans	Ne zaman ve nerede gerekirse
Performans ölçümü "ofiste geçen zamana" dayanır		Performans ölçümleri "sonuçlara" dayanır
Stüpevizörlük		Mentorlük ve koçluk
Takım üyeleri aynı yerde bulunur		Sanal takımlar, mobil bireyler
Mekan tasarımı statü ve hiyerarşiye dayanır ve "her ihtimale karşı" yapılır		Mekan tasarımı görev ve fonksiyonlara dayanır ve "tam zamanında" yapılır
		
		

Şekil 2.29. Geleneksel Çalışma Biçimi İle Gelişen Çalışma Biçimi

Kaynak: [URL 31]

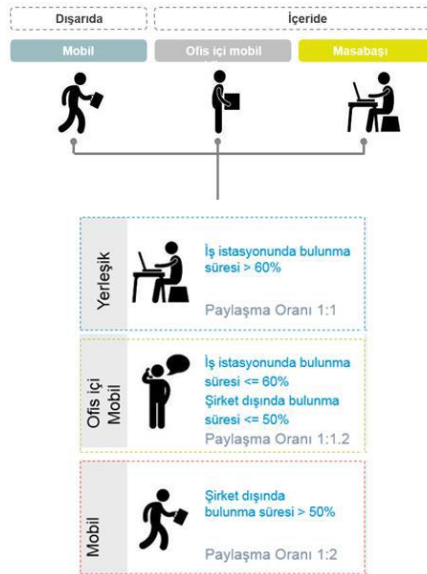
Günümüzde çalışma biçimlerini “yerleşik, ofis içi mobil ve mobil” olmak üzere 3 başlık altında inceleyebiliriz (Şekil 2.24).

-Yerleşik: Bu çalışanlar zamanlarının büyük kısmını masa başında geçirirler, yani kendi masaları olmalıdır. Destek alan kullanımı düşüktür. Çalışanların %50’si yerleşiktir ve iş istasyonunda bulunma süresi %60’ın üzerindedir.

-Ofis İçi Mobil: Bu çalışanlar zamanlarının büyük kısmını masalarından uzak, ancak ofis içinde geçirirler. Destek alan kullanımları yüksektir ve masa paylaşımı uygundur. Çalışanların %30’u ofis içi mobildir. İş istasyonunda bulunma süresi %60’tan az, şirket dışında bulunma süresi ise %50’den azdır.

-Mobil: Bu çalışanlar zamanlarının büyük kısmını ofis dışında geçirirler. Yüksek düzeyde paylaşım uygundur, ofiste olduklarında destek alanlarını kullanırlar. Çalışanların %20’si mobil denebilir. Şirket dışında bulunma süreleri %50’den fazladır.

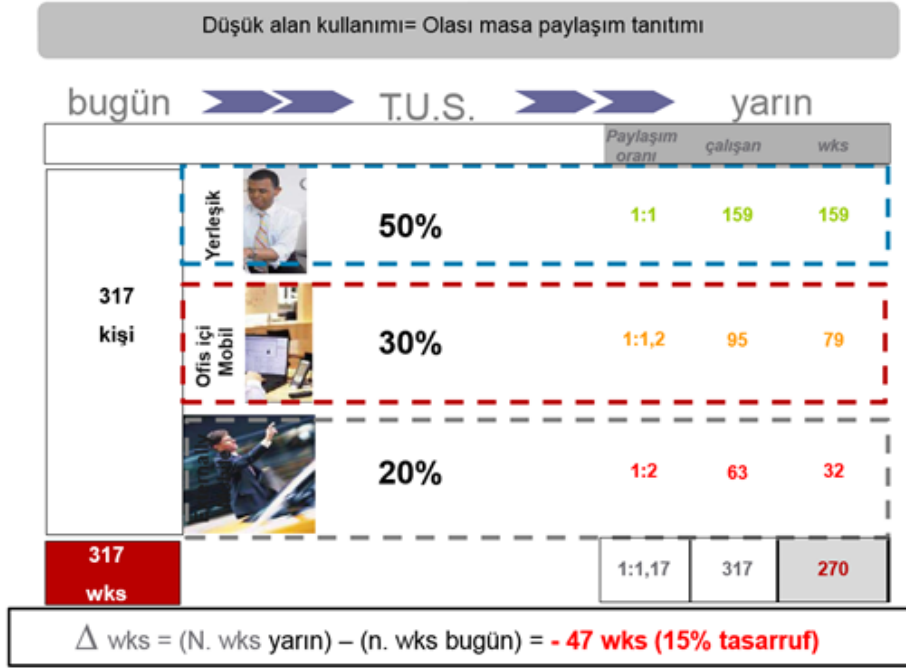
Ofis mekanları tasarımı konusunda uzmanlaşmış İngiltere’nin önde gelen bir mimarlık bürosu olan DEGW’nin İngiltere’de yapmış olduğu bir araştırmanın sonuçlarına göre ortalama bir çalışan zamanının % 60’ını ofis içerisinde geçirmekte ve bu sürenin ancak % 50’sinde aktif olarak masa başında bulunmaktadır (Thompson, 1997).



Şekil 2.30. Çalışma Şekilleri

Kaynak: [URL 31]

Şekil 2.25'te yeni çalışma şekillerine göre iş istasyonunda bulunma sürelerini dikkate alarak paylaşma oranları verilmiştir. Bu paylaşma oranları dikkate alınarak DEWG 16 firmasının 317 kişilik bir çalışma ekibi için hesaplanan masa sayısı ve sonuçta elde edilen %15'lik tasarrufun gösterildiği çalışma Şekil 2.26'da sunulmuştur.



**Şekil 2.31. Düşük Alan Kullanımı**

Kaynak: [URL31]

Şekil 2.26'da sunulan çalışmaya konu olan 317 kişilik ofis çalışanından %50'si yerleşik, %30'u ofis içi mobil, %20'si mobildir. Buna göre 159 yerleşik çalışan vardır ve paylaşım oranı 1:1 olduğundan gerekli çalışma istasyonu sayısı 159; 95 ofis içi mobil çalışan vardır ve paylaşım oranı 1:1,2 olduğundan gerekli çalışma istasyonu sayısı 79; 63 mobil çalışan vardır ve paylaşım oranı 1:2 olduğundan gerekli çalışma istasyonu sayısı 32'dir. Toplamda 317 kişi için 270 çalışma istasyonunun yeterli olacağı öngörülmüştür.

E-posta, cep telefonları ve video konferans teknolojileri geliştikçe, meslektaşları ile sürekli irtibat halinde olabilme imkanı yakalayarak evden çalışan kişilerin sayısı da hızla artmaktadır. Evden çalışmanın avantajları oldukça açıktır. Ev

ve iş arasında kaybedilen seyahat süreleri azalmakta, çalışanlar ev ve iş arasındaki dengeyi daha iyi kurabilmektedir. İşveren açısından ise avantaj artan üretkenliktir. Bu yaklaşım 'tele-çalışma' veya 'tele- işe gitme' olarak da adlandırılmaktadır. 1996' da Telework, Telecottage ve Telecentre Associations kuruluşlarınca yapılan bir araştırma sonucu yapılan resmi bir açıklamaya göre İngiltere'de 630,000 kişi evden çalışmaktadır (Worthington, 1997).

21.yüzyıl ofisi için kullanılabilir en iyi tanım **Özgür Ofis** (Free Office)'dir. Günümüzde yeni teknolojilerin amacı, özgür çalışma ortamlarının oluşturulmasıdır (DeLucchi, 1996). Şehirsiz konumun önem taşımadığı, tamamıyla bilişim teknolojilerinin desteğiyle işleyen **Back Office** kavramı, ekonomik mekan edinebilme, elektronik ortamda iletişim kurabilme-postalama, banka ödemeleri, alışveriş gibi eylemleri şehir merkezine mesafeleri göz ardı edilebilecek şekilde gerçekleştirmektedir. Back Office kullanımlarıyla **Kaynak Ofis** (Resort Office), söz konusu olmaya başlamıştır. Resort Office'ler, Back Office veya Home Office'lerden network ortamında gelen bilgilerin depolandığı, gerektiğinde yüz yüze görüşmelerin ve toplantıların yapılabildiği mekanlardır (Mitchell, 1995; Köse Doğan, 2014).

Bilişim sistemlerinin kullanımıyla, günümüzde üretim-yönetim fonksiyonlarının bütünlük kazandıkları saptanmıştır. Fakat üretim mekanı (atölye-fabrika) ve yönetim mekanı farklı hacimlerde tasarlanmaktadır. 1991 yılında Alman tasarımcılar, Stefan Zschaler ve Andreas Notter tarafından Hamburg'da, ortaya atılan bir fikirle, **Mekik Ofis** (Shuttle Büro) kavramı, üretim yapılan mekanda, tavana asılı bir ray üzerinde gidip gelebilen, üretimle hem teknolojik hem de birebir iletişim kurabilen, yönetsel kararlar verebilen büro mekanı tasarlanmıştır. Bu proje 1998 yılında tasarımını tamamlamış ve modellenmiştir (AIT, 1998; Köse Doğan, 2008).

Özgür Ofisler'e verilebilecek diğer bir örnek ise, 1997 yılında Building Pro şirketi tarafından tasarlanan **Gezici-Karavan Ofis** (Mobile Office) sistemidir. Karavanın içinde bir büroda bulunması gereken her tür büro gereci ve enformatik gereç bulunabilmektedir. Farklı boyutlarda ve farklı fonksiyonlarda pratik çözümlerden oluşan bürolar, mekana hatta şehir ve ülkelere bağlı kalmaksızın Uydu Ofis (Satellite Office) kavramını destekler olmuştur. **Uydu Ofisler** (Satellite Office)

ancak bilişim teknolojilerinin kullanımının söz konusu olduğu yönetimler için geçerlidir. Bilişim teknolojileri, **Gezen ve Uçan Ofis** kavramlarını da desteklemektedir. Örneğin uçakta, lap-top kullanarak gideceğiniz yere sizden önce teklif göndermek ve ofisinizle iletişiminizi sürdürebilmek gibi (Köse Doğan, 2014).



**Şekil 2.32. Gezici-Karavan Ofis (Mobile Office)**

**Kaynak:** [URL 32]

Domus Academy tarafından düzenlenen New Working Community (Yeni Çalışma Toplumu) konulu araştırmada, 21.yüzyılda çalışma şartlarındaki değişimler ve bu değişimleri karşılayacak yeni tasarım anlayışları ortaya atılmıştır. Bu araştırmanın sonucunda ortaya çıkan projeler ise **Festival Ofisleri** adı altında toplanmıştır. Festival Ofislerinin en önemli özelliği, dış kabuğunda sadece yapıdaki iletişimi ve bilgi kullanımını simgeliyor olmasıdır. Adeta birer iletişim kulesi izlenimini veren yapı, bürolarda bilişimin önemini farklı bir biçimde yansıtmaktadır (Köse Doğan, 2008).

1991 yılında Norman Foster'ın Barselona'ya bakan bir dağ üzerinde ulusal park içinde düşünülen kulesi, elli civarında küçük antenle birlikte üç ayrı iletişim kulesinin kent peyzajında yaratacağı çevre etkisi düşünülerek planladığı “**Telekomünikasyon Kulesi**” üç ayrı iletişim şirketinin büro bölümlerini de barındırmaktadır. Büroların iletişim kulelerine yerleşmesi, iletişim teknolojilerinin



büro yaşamında ne ölçüde benimsendiğinin de bir kanıtıdır (Anonim, 1993; Köse Doğan, 2014).



**Şekil 2.33. Telekomünikasyon Kulesi**

**Kaynak:** (Anonim, 1993; Köse Doğan, 2014)

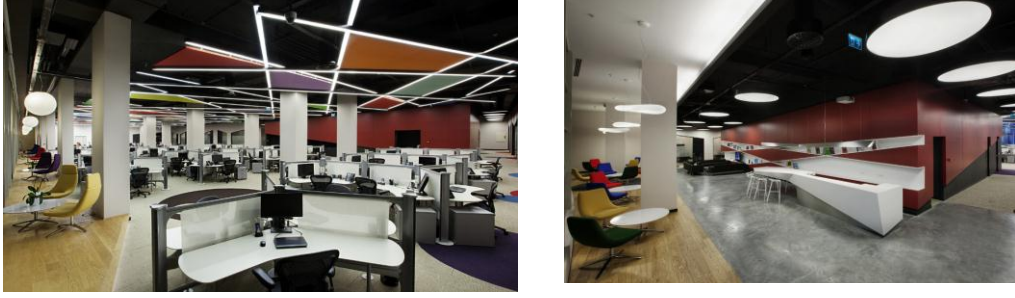
### **2.8.1. Ebay Gitti Gidiyor Ofisi**

E-Ticaret sektörünün küresel ve yerel piyasadaki en önemli aktörlerinden biri olan E-bay / Gitti Gidiyor'un yeni ofis mekanı, İstanbul Ataşehir - My Office binasında yer almaktadır.



**Şekil 2.34. Gitti Gidiyor Ofisi karşılama Alanı**

**Kaynak:** [URL 33]



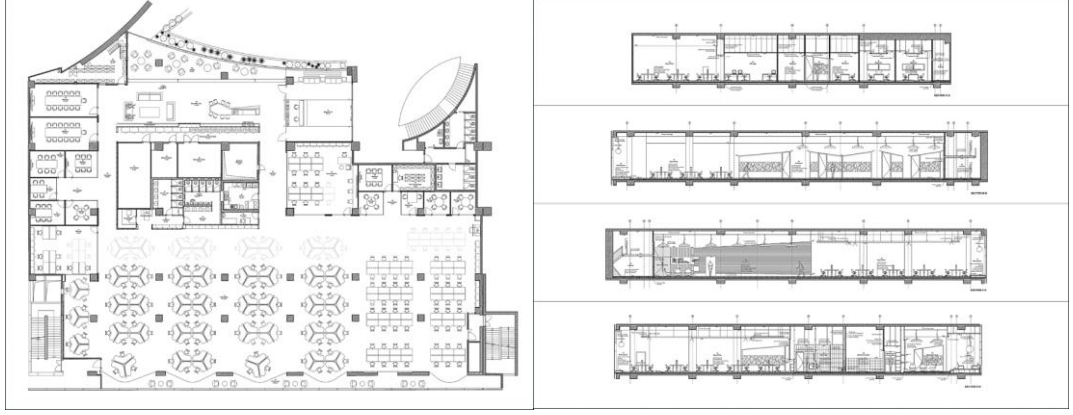
**Şekil 2.35. Gitti Gidiyor Ofisi Çalışma Alanı**

**Kaynak:** [URL 33]

Tek bir katta konumlanan ofis mekanı, 530cm tavan yüksekliği olan, toplam 2.000 m<sup>2</sup>'lik bir alanda yer almaktadır. Günümüz modern ofis mekanlarında, global ölçekte yaşanan dönüşüme paralel olarak; Gitti Gidiyor ofis mekanı da, tamamen “açık ofis” düzeninde planlanmıştır. Bu paralelde, ofis iç mekanları toplam 4 farklı işlevde tariflenebilir. Bunlar:

- Giriş holü ve Sosyal Alanlar
- Açık ofis
- Toplantı Odaları
- Teknik ve Servis Hacimleri'dir.

Mevcut personel kadrosunun 164 kişi olduğu; ancak şirketin potansiyel büyümesi göz önüne alınarak toplam kapasitenin 225 kişiye ulaşabildiği bir planlama ile oluşturulan açık ofis alanı 1.100 m<sup>2</sup> dir. Bu tür yüksek kapasiteli çalışma ortamlarındaki en önemli problematik akustik sorunlardır. Açık ofis alanında yer alan özel tavan; hem aydınlatma armatürleri, hem de yüksek akustik değeri olan tavan panellerinin irrasyonel planlı tasarımından oluşmaktadır. Bu sayede bir taraftan akustik konfor sağlanırken, diğer taraftan çalışma masalarının tekrarı ile oluşan monotonluk hissi, renkli tavan panelleri sayesinde aşılmıştır.

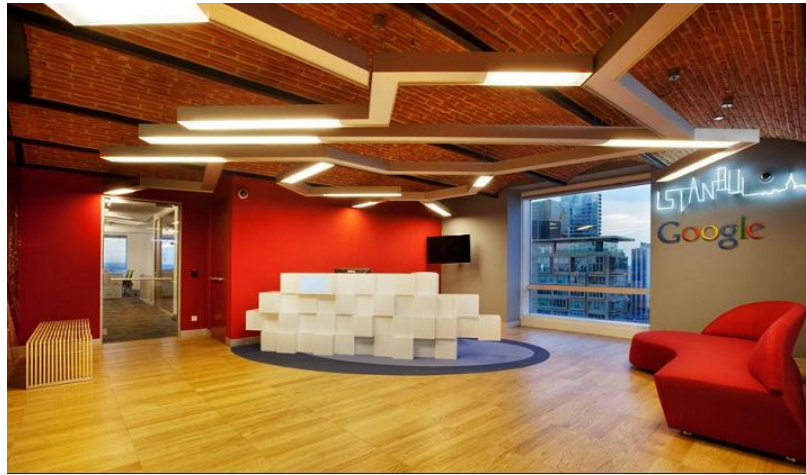


**Şekil 2.36. Gitti Gidiyor Ofisi plan Şeması**

**Kaynak:** [URL 33]

### 2.8.2. Google İstanbul Ofisi

Google İstanbul Ofisi Swanke Hayden Connell Mimarlık (SHCA) tarafından İstanbul Şişli’de 2012 senesinde bitirilmiş bir projedir. İstanbul Tekfen Tower binasında yer alan Google’ın İstanbul ofisinin, mimari açıdan tasarımı SHCA tarafından yapılmıştır. Google İstanbul Ofisi’nin tasarlanmasında geleneksel bir ofis ortamında, eşsiz bir ofis yaklaşımı oluşturulmak istenmiştir. Mekanlardaki ihtiyaçların Google göre uyarlandığı ve olağanüstü bir özen gösterilerek fonksiyonel alanların oluşturulduğu görülmektedir. Ofisin girişinde kullanıcıları Google amblemi ve danışma ofisi karşılamaktadır. Giriş kısmında ayrıca canlı kırmızı ton renklerde mobilya ve duvar dinamik bir hava katmaktadır (Şekil 3.38).



**Şekil 2.37. Google İstanbul Ofisi Giriş Holü**

**Kaynak:** [URL 34]

Google İstanbul Ofisi'nin giriş holünün hemen sağ tarafında Yeditepe toplantı salonu bulunmaktadır. Binadaki toplantı salonlarının hepsinde çeşitli isimlendirmelere gidildiği görülmektedir. Toplantı odasının mavimsi renk tonuna uyumlu ışıklandırma ve mobilyaların seçildiği görülmektedir. Ayrıca online olarak başka toplantılara bağlanma imkanı verecek ekranlarda toplantı odasına dinamik bir renk katmaktadır (Şekil 3.39).



**Şekil 2.38. Google İstanbul Ofisi Yeditepe Toplantı odası**

**Kaynak:** [URL 34]

Google İstanbul Ofisi'nin tasarlanmasında ileride büyümeye yönelik adaptasyonda düşünülmüştür. Bina tasarımcısı olan SHCA'nın ofisin temel niteliklerine hakim bir şekilde dizaynda inovasyona yönelik fırsatları da düşünmüştür. Çevre kapsamında sürdürülebilirlik ilkesine göre, personelin sağlığını ön plana alan ve en uygun çalışma ortamının dizayn edilmesinde Google İstanbul Ofisi Altensis danışmanlığında LEED sertifikası almıştır. Ayrıca Google İstanbul Ofisi Türkiye'nin çok az sayıdaki LEED Commercial Interior (Ticari İç Mekanlar) sertifikalı ofisleri arasında Gold (Altın) sertifikası alma ayrıcalığına sahip olmuştur. Google İstanbul Ofisi'nin tasarımında yeşil bina konseptinde insan sağlığına zarar vermeyecek VOC oranına sahip malzemeler seçilmiştir. Personel sağlığının ve mutluluğunun ön planda olduğu Google'nin Türkiye İstanbul ofisinde Steelcase ofis mobilyaları tercih edilmiştir. Mobilyalar detaylandırılacak olursa, elektrikli yükseklik



ayarlı ActIva Lift 2 masalar, Flexbox dolaplar, üstü minderli Universal Pedestal kesonlar ve Think çalışma koltuklarının kullanıldığı görülmektedir (Şekil 3.40).



**Şekil 2.39. Google İstanbul Ofisi Çalışma Alanı ve Mobilyalar**

**Kaynak:** [URL 34]

Google İstanbul Ofisi'nin dizayn açısından genel düşüncenin Türk hayat tarzına benzer oluşumların “Alaçatı kahvesi” dinamik ve modern çizgilerle birleştiği görülmektedir (Şekil 3.41). Bu kapsamda çalışanların istekleri doğrultusunda esnekliği, verimliliği ve modernizmi bir arada birleştiren bir ofis tasarlanmıştır. Google İstanbul Ofisi'nde çalışırken eğlenilemek fikri görülmektedir.



**Şekil 2.40. Google İstanbul Ofisi Alaçatı Kahvesi**

**Kaynak:** [URL 34]

Google İstanbul Ofisi'nde çalışanlara ve müşterilere ayrılan alanların net bir biçimde ayrıldığı görülmektedir. Buna rağmen ziyaretçilerin Google İstanbul Ofisi'nde göz gezdirebilmelerine fırsat sunulmaktadır. Ün sahibi Türk tasarımcıların ürünlerinin, toplantı odalarında, restaurantlarda ve sosyal alanlarda modern bir biçimde aktarıldığı ve yorumlandığı dizayna aktarılmış görülmektedir (Şekil 3.42).



**Şekil 2.41. Google İstanbul Ofisi Kafeterya ve Dinlenme Alanları**

**Kaynak:** [URL 34]

Google İstanbul Ofisi'nin tasarımı, planlanması ve uygulanması sürecinin 8 aylık bir sürede tamamlandığı ve çevreye duyarlı bir düşünce ile uluslararası EPA (Environmental Protection Agency) standartlarına göre %37 civarında su tasarrufu sağlanmıştır. Bunun yanında ışıklandırmanın %80'den daha çoğunun ışık sensörleri vasıtasıyla tasarrufa gidildiği belirtilmektedir. Takım üyelerinin daha rahat bir ortamda çalışabilmelerini sağlamak amacıyla Steelcase'in Think koltuklarının tercih edildiği görülmektedir. Ayrıca gelenekseli yansıtan bir ofiste eşsiz bir ortamın oluşturulabilmesi amacıyla çalışanların kişisel eşyalarını koyabilecekleri Flexbox dolaplar seçilmiştir. Çalışanların çalışırken eğlenmek düşüncesi mantığıyla ofiste gerek bisiklet, gerek kayak gibi araçların yanında çalışma alanında salıncak diğer bir ayrıntı olarak göze çarpmaktadır (Şekil 3.43).



**Şekil 2.42. Google İstanbul Ofisi Çalışma Alanları ve Salıncak**

**Kaynak:** [URL 34]

Sonuç olarak Google İstanbul Ofisi'nin tasarlanmasında ilk olarak çevreye duyarlı, insan sağlığını ön planda tutan ürünlerin kullanıldığı bir mekan özelliği taşımaktadır. Diğer yandan geleneksel Türk yaşamını yansıtan tasarımlarda çağdaş çizgilerin düşünüldüğü ve çalışanların dinamik ve verimli olabilecekleri bir ortamın oluşturulması düşünülmüştür.

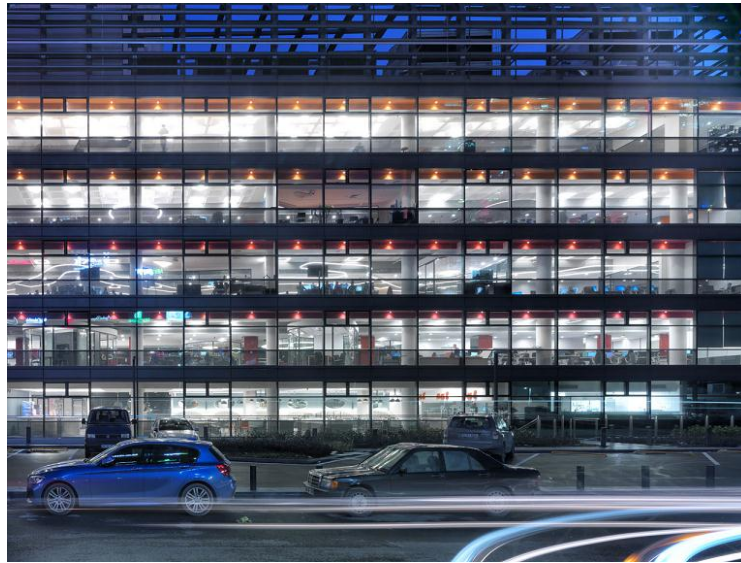


### 3. ÇAĞDAŞ OFİS BAĞLAMINDA E TİCARET OFİSLERİNİN MEKÂN ANALİZİ

Türkiye’de 1990’lı yılların sonuna kadar ofis tasarımlarının genel olarak klasik tarzda dizayn edildiği bilinmektedir. Fakat 2000’li yıllardan sonra çağdaş ofis tasarımlarının varolmaya başladığı görülmüştür. Özellikle e-ticaret şirketlerinin bu konuda bir adım önde olduğunu söylemek mümkündür. Bu sebeple araştırmanın bu bölümde çağdaş ofis bağlamında e ticaret ofislerinin mekân analizi üzerine örnekler incelenecektir. Bu kapsamda Yemek Sepeti, Markofoni Genel Merkez Ofisi ve Sahibinden.com Ofisi ayrı ayrı ele alınacaktır.

#### 3.1. Yemek Sepeti Park

Kuruluş yılı 2001 olan Yemeksepeti’nin Nevzat Aydın, Melih Ödemiş, Gökhan Akan ve Cem Nufusi fikir ortaklığıyla kurulduğu belirtilmektedir. Kuruluşundan sonra ilk siparişini 2001 senesinin Haziran ayı içerisinde almıştır. Yemeksepeti 2004 senesine gelindiğinde sipariş sayısı 1000’e ulaşmıştır. İlk yatırımını ise sipariş sayısının 10.000’lere ulaştığı 2008 senesinde aldığı bilinmektedir. Yemeksepeti ilk olarak 2009 senesinde www.Foodonclick.com markası ile yurtdışına açılmış ve ilk hizmet verdiği yer Dubai olmuştur.



Şekil 3.1. Yemeksepeti Park Cephe Görünüşü

Kaynak: [URL 35]

Yemeksepeti 2012 senesine gelindiğinde dünyadaki en gelişmiş 10 yatırım fonu arasında yer almakta olan General Atlantic tarafından 44 Milyon \$'lık bir yatırım almıştır. Yapılan yatırım General Atlantic şirketinin Türkiye'de yaptığı ilk yatırımdı ve yatırımın yapıldığı dönemde Yemeksepeti'nin günlük 50.000 sipariş aldığı bilinmektedir. Yemeksepeti 2013 senesine gelindiğinde Online Kredi Kartı siparişlerini gerçekleştirmiştir. 2014 senesinde ise yemeklerle ilgili konuların yer aldığı Yemek.com internet sitesi açılmıştır. Yemeksepeti 2015 senesinde sırasıyla Katar, Suudi Arabistan, Lübnan, Ürdün ile Yunanistan'da hizmet vermeye başlamıştır. Yine 2015 senesinde Yemeksepeti Türk pazarında yer almak isteyen Delivery Hero tarafından 589 milyon \$'a satın alınmıştır. Yemeksepeti 2019 senesi Nisan'ında Banabi isminde alt bir marka ile market alışverişine yönelik hizmetleri başlatmıştır (URL 36). Günümüzde Yemeksepeti şirketinin ceosu Nevzat Aydın'dır.



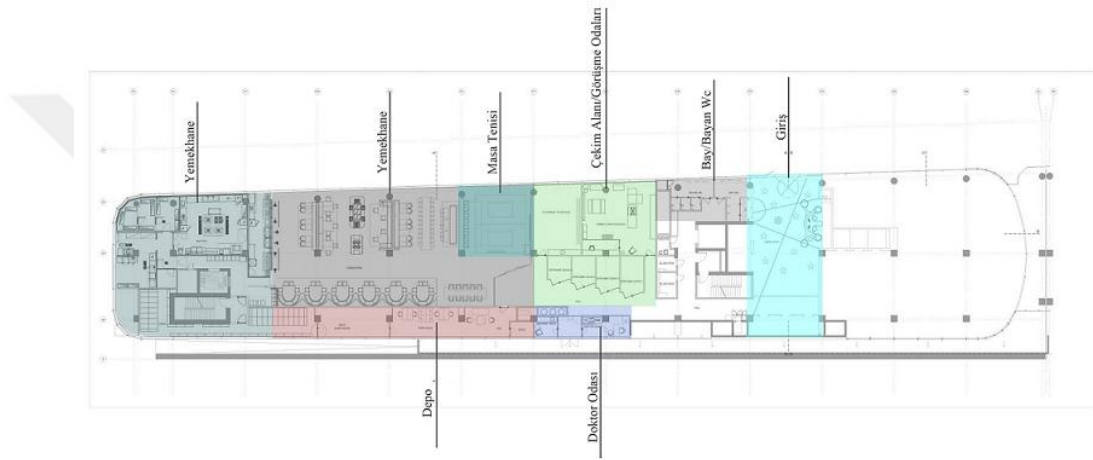
**Şekil 3.2. Yemeksepeti Park Giriş ve Yan Cephe Görünüşü**

**Kaynak:** [URL 35]

Yemeksepeti Park Erginoğlu & Çalışlar Mimarlık tarafından 6 milyon \$'a 9283 m<sup>2</sup>lik bir alanda İstanbul Levent Büyükdere Caddesi üzerinde inşa edilmiştir. Yemeksepeti'nin yönetim merkez binası, zemin ve birinci kat doğu bölgeleri hariç binanın kalanında hizmet vermektedir. Yemeksepeti haftanın 7 günü ve günün 24

saati hizmet veren bir işletme olması sebebiyle ilk olarak tasarımdaki kararın büro içinde sürekliliği ve dinamizmi sağlamaya yönelik bir tasarım oluşturulmuştur.

Yemeksepeti park 5 katlı olarak inşa edilmiştir. Yemeksepeti parkın her katıda değişik fonksiyonlara sahiptir. Zemin katında yemeklerle alakalı hususların yer aldığı yemek.com yer almaktadır. Ayrıca yine zemin katta idari işlerin yapıldığı büro, fotoğraf stüdyosu, hepsi değişik dükkana benzer bir anlayışla tasarlanmış görüşme odaları ve yemekhane yer almaktadır (Şekil 3.3).



**Şekil 3.3. Yemeksepeti Park Zemin Kat Planı**

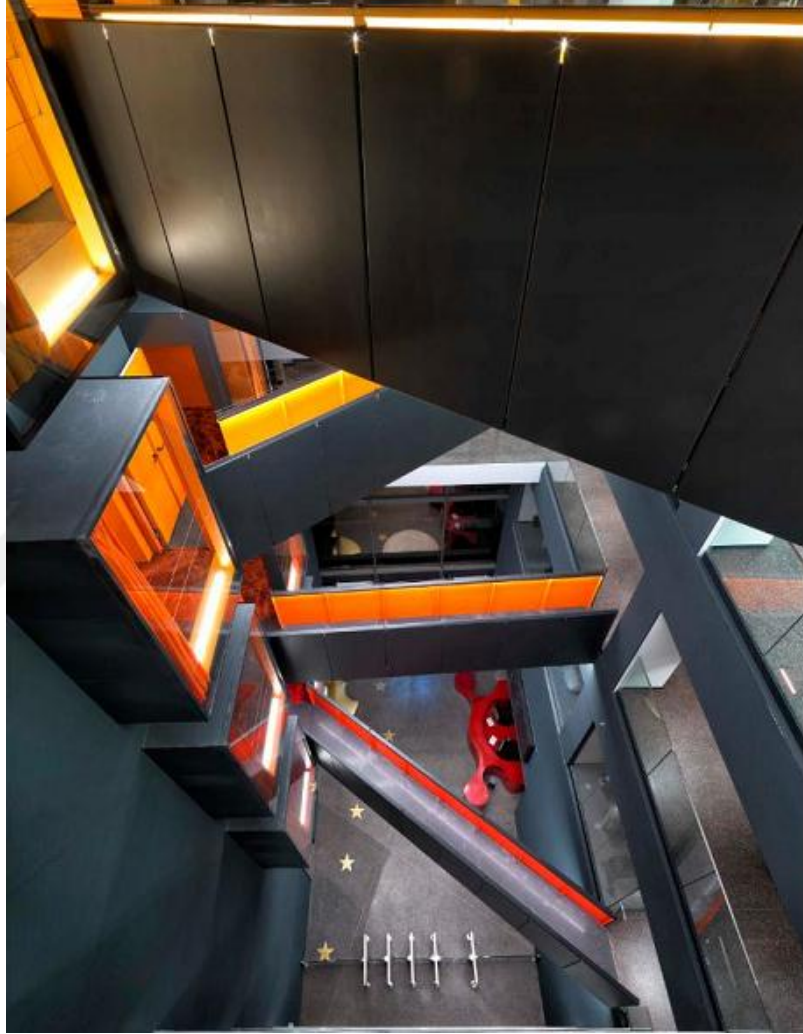
Kaynak: [URL 37]



**Şekil 3.4. Yemeksepeti Park Giriş Holü**

Kaynak: [URL 37]

Yemeksepeti parkın değişik fonksiyonlara sahip her katında değişik renklere yer verilmiştir. Her kattaki farklı renkler Yemeksepeti’ni yansıtmakta ve söz konusu dinamikliğin giriş holünden hissedilebildiği görölmektedir (Şekil 3.4). Her katın girişinde bir hol ile katların birbirine bağlandığı köprüler tasarlanmıştır. Köprülerin tasarlanmasında değişik renkler kullanılmıştır (Şekil 3.5).



**Şekil 3.5. Yemeksepeti Park Katlar Arası Köprüler**

**Kaynak:** [URL 37]

Her katta değişik renklere sahip köprülere farklı isimler verilmiştir (Şekil 3.6). Köprüler buldukları katın uyku odalarına bağlanmaktadır.





**Şekil 3.6. Yemeksepeti Park Katlar Arası Köprüler Alttan Görünüm**

**Kaynak: [URL 37]**



**Şekil 3.7. Yemeksepeti Park Uyku Odaları**

**Kaynak: [URL 37]**

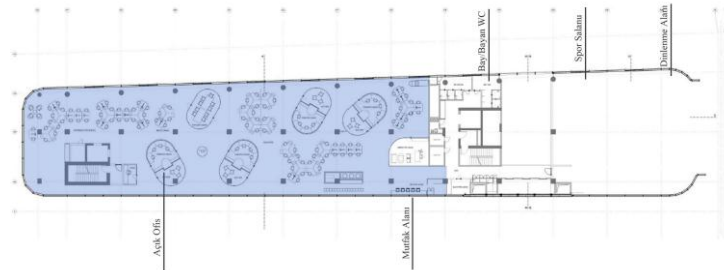
Binadaki işlevini yitiren asansör alanlarının dönüşümüyle ortaya çıkarılan uyku odaları büroda sürekliliği ve yaşamı vurgulayacak biçimde tasarıma sahiptir. Odalarında isimlerini köprülerden aldığı görülmektedir (Şekil 3.7). Odaların her biri 8m<sup>2</sup> alana sahiptir. Ayrıca odalar gerek uyuma gerekse çalışma fonksiyonlarını yerine getirebilecek biçimde tasarlanmıştır.

Her katta “diner” düşüncesiyle ayrıntılara sahip yemekhane bulunmaktadır (Şekil 3.8). Yemekhane özel yemek yeme tasarımının yanı sıra masa tenisi vb. sosyal aktivitelerin yapılabileceği biçimde tasarlamaya sahiptir.



**Şekil 3.8. Yemeksepeti Park Yemekhane**

**Kaynak:** [URL 37]



**Şekil 3.9. Yemeksepeti Park Birinci Kat Planı**

**Kaynak:** [URL 37]

Yemeksepeti Park'ın birinci katında ise yalnızca batı kısmında hizmet sunmaktadır. Bu katta kırmızı renk hakimdir. Birinci katın işlevselliğine bakıldığında “iş geliştirme” ve “satış” bölümlerinin açık büro düzeninde 10'arlı ve 18'erli çalışma departmanları bulunmaktadır (Şekil 3.10).



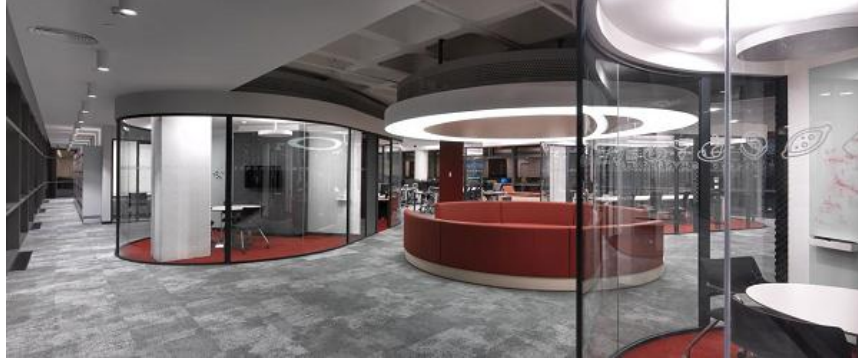
**Şekil 3.10. Yemeksepeti Park Birinci Kat Açık Ofisler**

**Kaynak:** [URL 37]

Birinci katta idareciler ve toplantılar için tasarlanmış dağınık biçimde yerleştirilmiş kapsül biçimindeki alanlar yer almaktadır (Şekil 3.11). Açık çalışma departmanları tavanda bölme içerisine yerleştirilen direkt-endirekt yöntemlerle yeterince aydınlığı alabilecek seviyede bir aydınlatılma ile tasarlanmıştır. Bu kattaki



dinlenme bölümleri büyük daire biçimindeki zemininde kot ayrımı oluşturularak açık büro bölgesinden ayrılmaktadır (Şekil 3.11).



**Şekil 3.11. Yemeksepeti Park Birinci Kat Kapsüller ve Dinlenme Alanları**

**Kaynak:** [URL 37]

Birinci kattaki dağınık şekilde yerleştirilmiş olan toplantı ve yöneticilerin hizmetine sunulan kapsül biçimindeki alanlar şeffaf camlarla kapatılmıştır. Giriş alanları geniş ve açık olan bu mekânların ışıklandırması tavandan oval biçimde yapısına uygun şekilde tasarlanmıştır.

Yemeksepeti Park'ın ikinci katında ise batı kısmına doğru operasyon bölümü yer almaktadır. İkinci kat genel olarak açık büro şeklinde tasarlanarak burada çalışmalar bu şekilde sürdürülmektedir (Şekil 3.12).



**Şekil 3.12. Yemeksepeti Park İkinci Kat Planı**

**Kaynak:** [URL 37]

Bu kısımda da idareci ve direktörlere yönelik kapsül şeklinde bölümler yer almaktadır. İkinci katın en önemli özelliklerinden birisi açık ofis tarzındaki yerleşime göre tasarlanan “sonsuz masa”nın yer almasıdır. Bu masa genel olarak müşteri odaklı çalışmanın vurgulandığı bir tasarımı hedeflemektedir (Şekil 3.13).



**Şekil 3.13. Yemeksepeti Park İkinci Kat Sonsuz Masa**

**Kaynak:** [URL 37]

İkinci kattaki Sonsuz Masa iki ve üç boyutlu olarak sürekliliği yansıtmaktadır. Ayrıca Sonsuz Masa çalışma açısından esneklik meydana getirmektedir. Sonsuz Masanın yayılımına bakıldığında üç kesimde köprü oluşturmakla beraber geçişlere olanak sunmaktadır (Şekil 3.14).

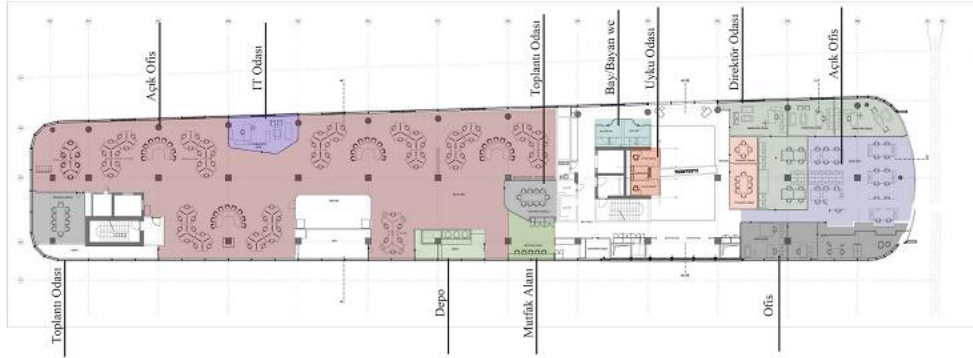


**Şekil 3.14. Yemeksepeti Park İkinci Kat Sonsuz Masa Aydınlatma**

**Kaynak:** [URL 37]

Sonsuz Masa'nın aydınlatılmasında ise masa ile aynı geometrik özelliklere sahip ve kesintisi olmayan ışığa sahip dinamizm ve sürekliliği ön planda tutan bir alan oluşturulmaya çalışılmıştır. Katın doğu kısmında sosyal fonksiyonlara sahip spor, oyun ve kafe tarzı bölümler yer almaktadır. İkinci katta ayrıca şehir bahçesinin çıkışı yer almaktadır. Bu kısımdaki çıkışın verilmesiyle birlikte yapının verdiği peyzaj düzenine uyan bir iç-dış beraberliği sağlanmaya çalışılmıştır. Mekanın içerisinde dinamik yaşamın, hareket eden, amorf forma sahip ve renkli mobilyalar sayesinde sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir (Şekil 3.15).

Yemeksepeti Park üçüncü kat planına baktığımızda bu katta genel olarak dokuz kişilik açık ofislerin yer aldığı görülmektedir. Bu katta ikisi doğu kısmında ikisi batı kısmında olmak üzere iki toplantı odası tasarlanmıştır. Ayrıca üçüncü katın doğu bölümünde yönetici ve direktörlere ayrılan bölümler yer almaktadır (Şekil 3.15).



**Şekil 3.15. Yemeksepeti Park Üçüncü Kat Planı**

**Kaynak:** [URL 37]

Üçüncü katta genel olarak turuncu renk tonları görülmekle birlikte bu katın doğusunda ve batısındaki alanlarında farklı büro bölümlerinde hizmet verilmektedir. Bu katta da diğer katlarda olduğu gibi köprü ve bu köprünün birleştiği uyku odaları bulunmaktadır. Üçüncü katta batı kısmında bulunan açık büro mekanları, bilgi işlem, seminer, server ve toplantı odaları ile idareci odaları katın girişindeki zeminden

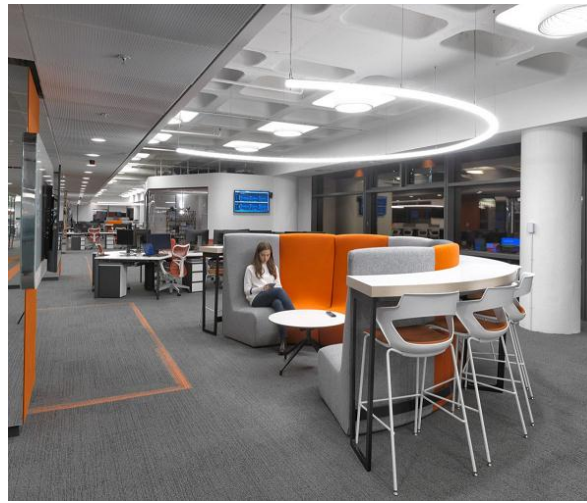
devam ederek lineer çizgilerle çalışanların karşısına çıkmaktadır. Bu katta çalışma alanlarının yanı sıra dört kısımda toplantı odalarıyla çalışma sahasında verimlilik ön plana çıkarılmıştır (Şekil 3.16).



**Şekil 3.16. Yemeksepeti Park Üçüncü Kat Toplantı odası**

**Kaynak:** [URL 37]

Üçüncü katta doğu kısmında bulunan “Finans” “İK” “Hukuk” ve “Yönetim” birimlerinin görev alanları kapalı ve açık bürolarla dizayn edilmiştir. Takım ilişkilerinde yarı geçirgenliğe sahip iç bölmelerin yardımıyla mahremiyet sağlanmaya çalışılmıştır (Şekil 3.17).

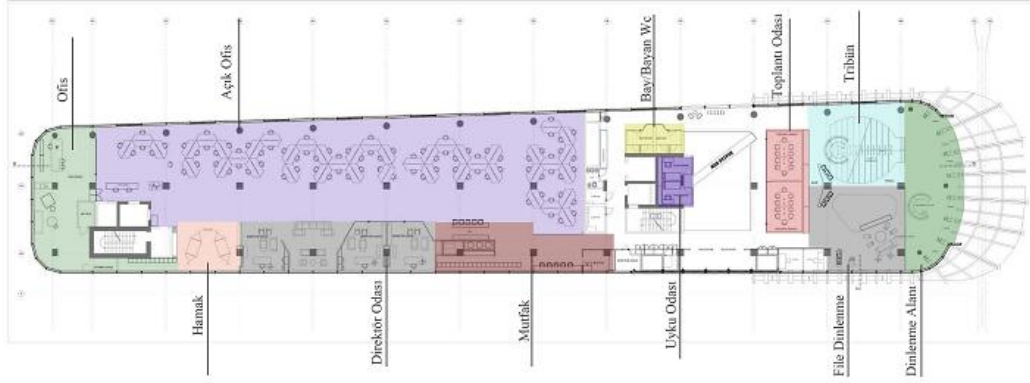


**Şekil 3.17. Yemeksepeti Park Üçüncü Kat Açık Çalışma Ofisleri**

**Kaynak:** [URL 37]



Dördüncü katta ise genel olarak doğu alanı sosyal işlevler için dizayn edilmiş, batıda ise açık geometrik şekillerle desteklenmiş ofis alanları yer almaktadır (Şekil 3.18).



**Şekil 3.18. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Planı**

Kaynak: [URL 37]

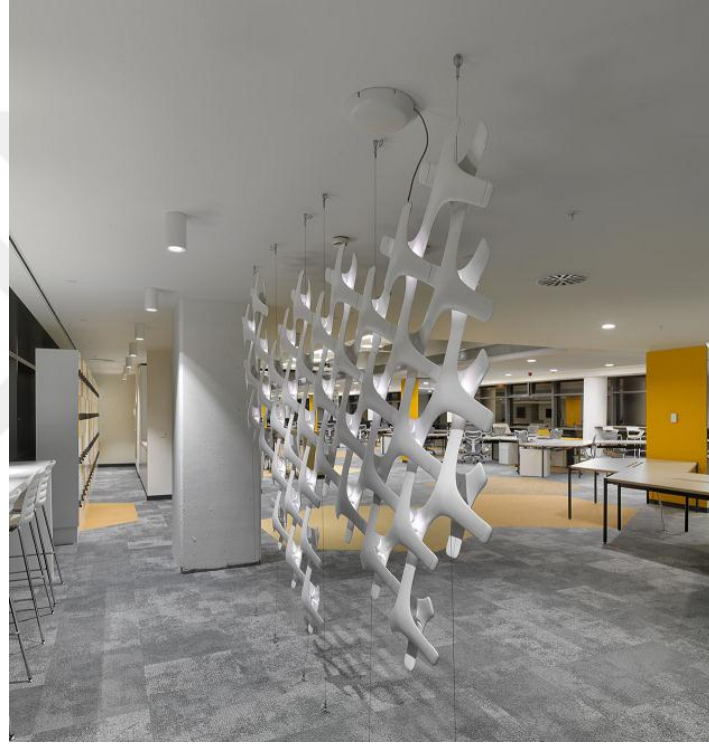
Dördüncü katta çalışma alanlarının altıgen şekilde dizayn edildiği görülmekle birlikte tabanda oluşturulan desenlerle yine desteklenmiştir. Diğer yandan bu niteliklerin yine altıgen bölümlerle desteklendiği de görülmektedir (Şekil 3.19).



**Şekil 3.19. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Çalışma Alanları**

Kaynak: [URL 37]

Peteğe benzer formlarda biçimlendirilen çalışma alanlarını, dizaynına uygun biçimde kasa şeklindeki tavanın kirişleri üzerine yerleştirilen yine altıgen petek biçimli armatürler desteklenmektedir. Çalışma alanında canlı sarı renk tonların kullanıldığı görülmekle birlikte bu katta yine dinamizm ön planda tutulmaya çalışılmıştır (Şekil 3.19). Dördüncü katın giriş kısmında bulunan bar alanının arka kısmında yer almakta olan enstalasyon ve masa üstü petek sarkıtlar ile değişik bir göz alıcılık verilmiştir (Şekil 3.20).



**Şekil 3.20. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Sarkıtlar**

**Kaynak:** [URL 37]

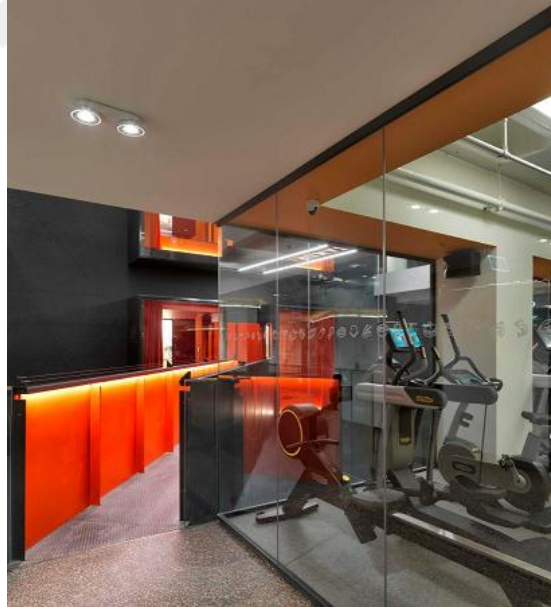
Açık ofislerin yer aldığı bölgede bulunan dinlenme alanları, sosyal etkinliklerle çalışmayı bir arada bulundurmaya amaçlamıştır. Dördüncü katın doğu kısmında sosyal fonksiyonlara sahip spor, oyun ve kafe tarzı bölümler yer almaktadır (Şekil 3.21).



**Şekil 3.21. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Sosyal Alan**

**Kaynak:** [URL 37]

Katın doğu bölgesi, giriş holüne bakan toplantı odaları dışında, tamamen sosyal donatı alanı olup, oyun bölgesi olarak adlandırılmaktadır. Bu alanda çalışma alanları dışında canlı turuncu rengin baskın olduğu görülmektedir. Sosyal alanların yer aldığı bölümde aydınlatmada tavandan aşağı doğru çıkan oval ışıkların kullanıldığı görülmektedir. Bu bölümde spor alanlarının ise dinlenme ve oyun alanlarından şeffaf camla kapalı olarak dizayn edilmiştir (Şekil 3.22).



**Şekil 3.22. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Alanı**

**Kaynak:** [URL 37]

Sosyal alanda yer alan ve “Bulut” bölgesi olarak adlandırılan alanda tavana yerleştirilmiş hamaklar ve değişik yüksekliğe sahip sarkıt objeler ile alanın sağ



tarafında yer alan kütüphane bu alana ayrı bir işlevsellik vermektedir. Bu alanda yer alan hamakların cam kenarına yerleştirildiği ve geometrik kirişlerle birbirlerinden ayrıldığı görülmektedir. Ayrıca hamakların karşısına turuncu renkte koltukların konulmuştur (Şekil 3.23).



**Şekil 3.23. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Hamaklar**

**Kaynak:** [URL 37]

Hamakların yer aldığı alanın hemen yan tarafında kütüphane ve büyük satranç oyun alanı tasarlanmıştır. Kütüphanenin bulunduğu alan sarı ve turuncu gibi canlı renkler hakimdir.

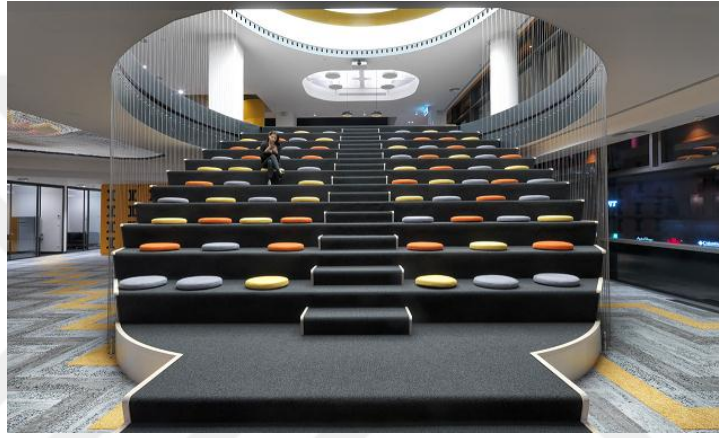


**Şekil 3.24. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat Kütüphane**

**Kaynak:** [URL 37]

Dördüncü katta çalışma alanlarının ilerisinde CEO Odası yer almaktadır. Bu oda özel dekoratif elemanlarla dizayn edilmiş ve oda içerisinde giyinme odası, kişiye özel ıslak hacim ve TV Ünitesi/bara yer verilmiştir.

Dördüncü katın doğu kısmında seminerler ve çeşitli etkinlikler için tasarlanmış tribün yer almaktadır. Tribünün, konuşma, seminer, sunum benzeri etkinliklerin yanı sıra kullanıcıların tercihlerine bağlı şekilde maç, sinema şeklindeki eğlence faaliyetlerinin de yapılabilmesine olanak tanımaktadır (Şekil 3.25).



**Şekil 3.25. Yemeksepti Park Dördüncü Kat Tribün**

**Kaynak:** [URL 37]

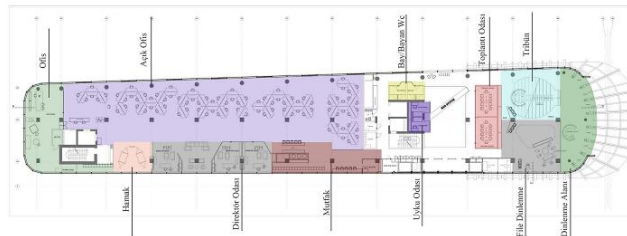
Dördüncü ve beşinci katlarda yer alan tribünün yan kısımlarından saçaklarla oval biçim verilmeye çalışılmıştır. Oturma alanları ise değişik canlı renklerde tasarlanmıştır. Dördüncü katta yer alan playstation odası şeklindeki bölümlerle gerek konfor gerekse dinlenme işlevleri göz önünde tutularak tasarıma gidilmiştir. Kısacası değişik tarz ve zevkleri uygun ve aynı zamanda karşılayabilecek bir ortak değer şeklinde tasarlanmıştır. Yine bu katta boş zamanlarda kullanılmak için tasarlanmış olan file yer almaktadır (Şekil 3.26).



**Şekil 3.26. Yemeksepeti Park Dördüncü Kat File**

**Kaynak:** [URL 37]

Beşinci katta ise doğu kısmında toplantı için tasarlanan büyük boyutlu “Safran” olarak adlandırılan oda bulunmaktadır. Hemen çapraz kısmında ise Safran odasına hizmet vermek için tasarlanmış mutfak yer almaktadır.



**Şekil 3.27. Yemeksepeti Park Beşinci Kat Planı**

**Kaynak:** [URL 37]

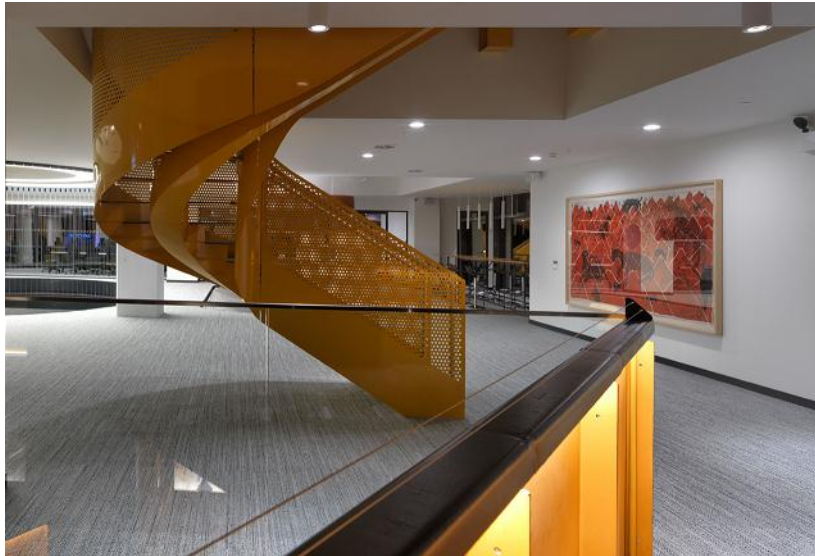
Beşinci katın doğu kısmına tribün üzerinden erişilebilmektedir (Şekil 3.28). Bu katın renklendirilmesinde canlı sarı tonlu renklerin kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca alt kattan yükselmekte olan kütüphanenin beşinci katta da faaliyette olduğu görülmektedir.



**Şekil 3.28. Yemeksepeti Park Beşinci Kat Tribün**

**Kaynak:** [URL 37]

Tribünün hemen yanında bardo masası ve terasa çıkmak için canlı turuncu renkte merdiven yer almaktadır (Şekil 3.29).



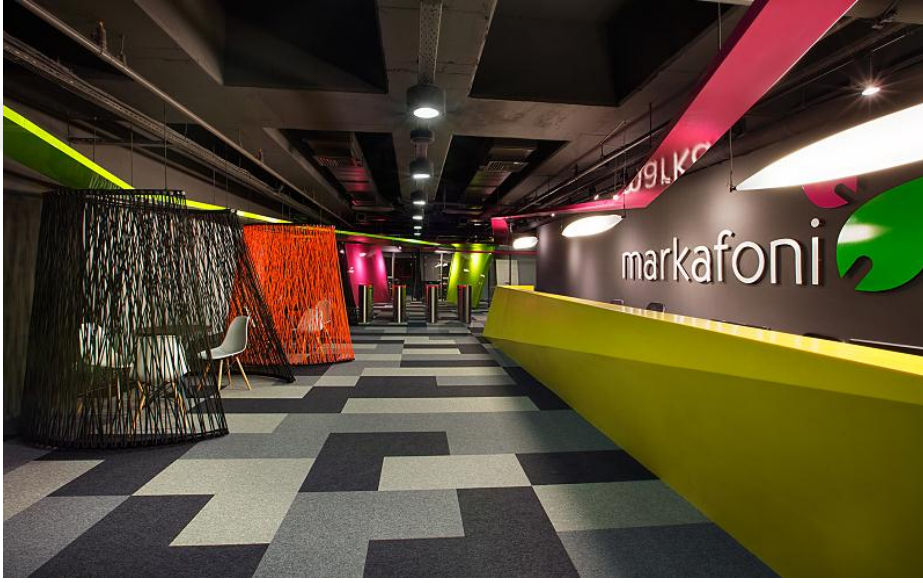
**Şekil 3.29. Yemeksepeti Park Beşinci Kat Teras Merdiveni**

**Kaynak:** [URL 37]



### 3.2. Markafoni Genel Merkez Ofisi

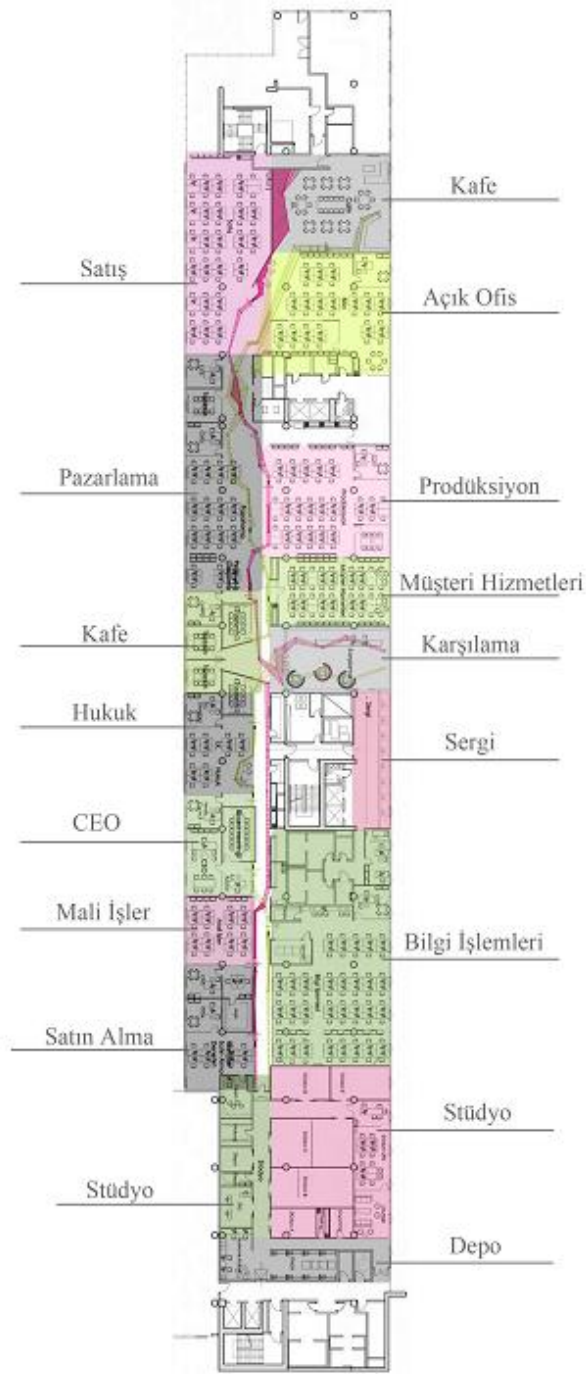
Markafoni 2008 senesinde Sina Afra, Ahmet Sarı ve Tolga Tatari tarafından kurulmuştur. Markafoni kurulduğu andan itibaren kıyafetten, kozmetiğe, ayakkabıdan, mutfak eşyalarına, oyuncaktan, spor kıyafetlerine kadar Türkiye’de satışta olan en iyi markaların bir takım ürünlerini satışa sunmaya başlamıştır. Markafoni 50.000’den fazla ürün yelpazesıyla her gün 100’ü aşkın indirimle satış sunmaktadır.



**Şekil 3.30. Markafoni Genel Merkez Ofisi Giriş Bölümü**

**Kaynak:** [URL 38]

Markafoni tüketicilere verilere dayalı pazarlama uygulamaları sayesinde müşterilerine en iyi online alışveriş deneyimini sunmaktadır. Markafoni Türkiye’nin en büyük e-ticaret web alışveriş siteleri ile rekabet edebilir durumdadır. Markafoni pazarlama uygulamalarını en etkin bir biçimde sunabilmek amacıyla verilere dayalı bir strateji kullanmıştır. Kısa sürede 3 milyondan fazla kayıtlı üye sayısını yakalayan işletmenin merkez binasının elverişini yitirmesi üzerine yeni bir ofis çalışması başlatmıştır. Bu kapsamda Markafoni 2015 senesinde Habif Mimarlık tarafından yapılan genel merkez ofisine taşınmıştır (Şekil 3.31). İstanbul Maslak’ta 1500m<sup>2</sup>’lik bir alanda faaliyete başlayan merkez modern ofis tarzında dizayn edilmiştir.



**Şekil 3.31. Markafoni Genel Merkez Ofisi Planı**

**Kaynak:** [URL 38]



Genel olarak büroların iç mekanlarındaki tasarımların çoğunlukla girişlerinin ve boş zaman sahalarının kurumun kimliğini ön plana çıkaracak biçimdedir. Bu kapsamda daha yalın şekilde fakat birbirlerine benzemekte olan ofis alanları ile karşılaşılmaktadır. Markafoni genel merkezi tasarlanırken kaçınılan nokta ise diğer klasik ofis işletmelerine benzememesi olmuştur.

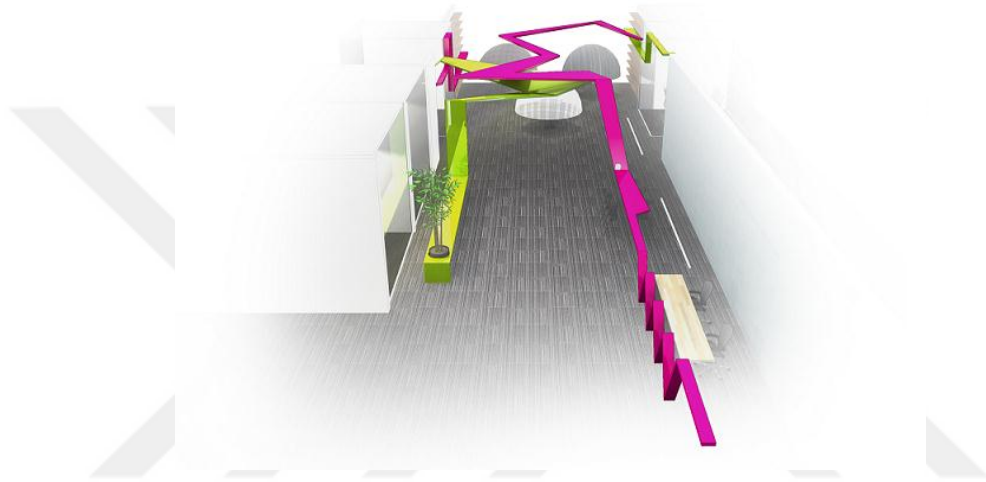


**Şekil 3.32. Markafoni Genel Merkez Ofisi Giriş Detay**

**Kaynak:** [URL 38]

Yukarıdaki şekilde de görüleceği gibi Markafoni genel merkezi giriş kısmından başlayarak kurumsal renkleri dinamizm kazandırarak sunmaktadır. Bu

uyuma aydınlatma da uyum sağlamakla birlikte renkleri daha ön plana çıkarmaktadır. Markafoni genel merkezinde “Ribbon” adı verilen kurumsallığı yansıtan renkli şeritlerle bütün ofis içerisine dolandırılmıştır (Şekil 3.33; Şekil 3.34). Genelde tavandan sarkıtılarak ilerletilen renkli kurdele şeritleri bazı yerlerde düğümlemiş, bazı yerlerde alçalıp yükselmiş biçimde ilerlemektedir. Netice olarak gereksinim hissedilen personel ofislerinin dinamik bir yapı kazanılması sağlanmıştır.



**Şekil 3.33. Markafoni Genel Merkez Ofisi Ribbon**

**Kaynak:** [URL 38]



**Şekil 3.34. Markafoni Genel Merkez Ofisi Ribbon Detay**

**Kaynak:** [URL 38]

Markafoni genel merkezinde ofis gereksinimine göre gereken mekanları ve argümanları kimi zaman yapının kendinin oluşturduğu kimi zaman ise “Ribbon” üzerine mekanların ve elemanların takıldığı olmuştur. Ayrıca gereksinim hissedildiğinde “Ribbon”un açık toplantıların yapılacağı bir alana dönüştüğü, kimi zaman oturmak için kullanıldığı, kimi zaman ise bir sahne görünümünü aldığı belirtilmektedir. “Ribbon”un kimi yerlerde bölen elemanlarla hızlı toplantıların yapıldığı bölümler oluşturulmuştur (Şekil 3.35). Kısacası “Ribbon” en ince ayrıntıları düşünülen bir dizaynla tasarlanmıştır.



**Şekil 3.35. Markafoni Genel Merkez Ofisi Ribbon Hızlı Toplantı Yeri**

**Kaynak:** [URL 38]

Yukarıdaki şekilde de görüldüğü gibi Ribbon kimi yerde bir toplantı alanı kimi yerde dinlenme yeri kimi yerde ise çalışma alanı oluşturularak tasarlanmıştır. Bu canlı renklerle tüm ofisin içerisinde dolandırılması mekana dinamizm katmıştır. Ayrıca tüm ofis kapsamında kurumsal kimliğin ön planda olduğu görülmektedir. Mekanın kullanılan diğer öğelerle birlikte hem dinamik hem eğlenceli bir mekan haline almıştır.

Markafoni genel merkez ofisinin zemininde kullanılan Unigen taban malzemeleri ile insana ve çevreye saygılı, zararsız hammaddelerin yer aldığı, risk taşımayan ve bütün çalışanların iş güvenliği ve sağlığını korumayı düşünen bir zemin tasarlanmıştır. Zeminde mat renklerde değişik desenlerde ve şekillerde yerleştirilmiştir (Şekil 3.36).



**Şekil 3.36. Markafoni Genel Merkez Ofisi Taban Detay**

**Kaynak:** [URL 38]

Açık ofis alanları genel yapısı itibariyle pek çok çalışanın bir arada olduğu ve beraber hizmet ürettiği ortak bir kullanım alanı niteliği taşımaktadır. Markafoni genel merkez ofisinin ortak çalışma alanına baktığımızda gerek kurumsal kimlik, gerek ortak ve açık kullanım alanı, gerekse mahremiyetin düşünüldüğü bir nitelik taşımaktadır. Bu açıdan personelin mahremiyeti ve konsantrasyonu performansın direkt etkilendiği kavramlar olarak Markafoni genel merkezinde düşünülerek



üretilmiş bir mekanı göstermektedir. Bu kapsamda Markafoni genel merkez ofisinde açık ofis biçimiyle kendi doğasını içerisinde çelişkili olmaktan çıkartıp ve mevcut olan dinamik ve akustik tasarımıyla çalışanlara daha fazla performans sağlayabilecek bir mekan halini almıştır (Şekil 3.37).



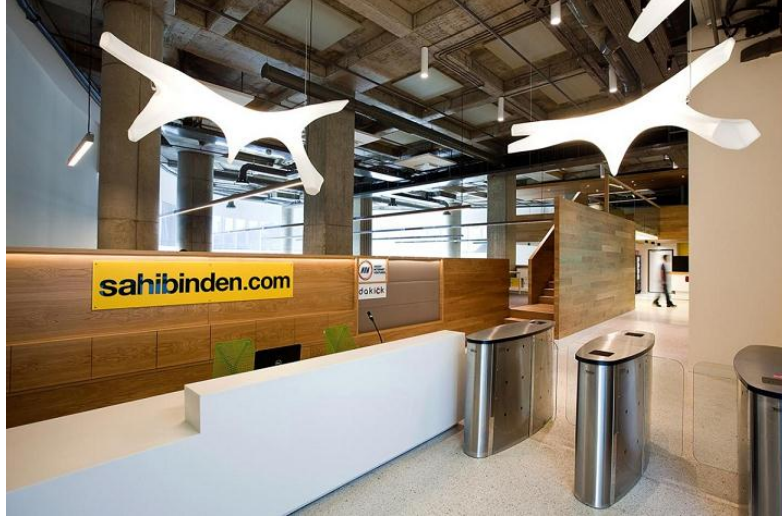
**Şekil 3.37. Markafoni Genel Merkez Ofisi Çalışma Alanları**

**Kaynak:** [URL 38]

Sonuç olarak şirket içerisindeki alanların ve mobilyaların, bireysel çalışmayı ve takım oyununu motive edecek şekilde, diğer bir yandan ise farklı kullanıcıların farklı taleplerini karşılayacak esneklikte ele alındığı görülmektedir. Vurgulanacak noktalardan biride, kullanıcıların çalışma hayatındaki anlık ve sürekli her türlü ihtiyacı analiz edildiği ve bu analizler sonucunda kurum kimliği oluşturulduğudur.

### **3.3. Sahibinden.com Ofisi**

Sahibinden ofis 2002 yılında 5000 m<sup>2</sup>'lik bir alanda tasarlanmıştır. İstanbul Ataşehir'de yer alan ofis Erginoğlu & Çalışlar tarafından tasarlanmış ve ofiste yaklaşık 250 personel istihdam edilmektedir. Teknoloji şirketinin ruhuna ve kurumsal duruşuna uygun olarak tasarlanmış Sahibinden.com ofisi, çalışan verimliliğini ve bütünsel konforunu arttıracak çözümler düşünülerek ele alınmıştır. Yapının giriş kısmında kart okuyuculu güvenlik kapıları ve hemen bunların solunda danışma yer almaktadır (Şekil 3.38).



**Şekil 3.38. Sahibinden.com Ofis Giriş Kısmı**

**Kaynak:** [URL 39]



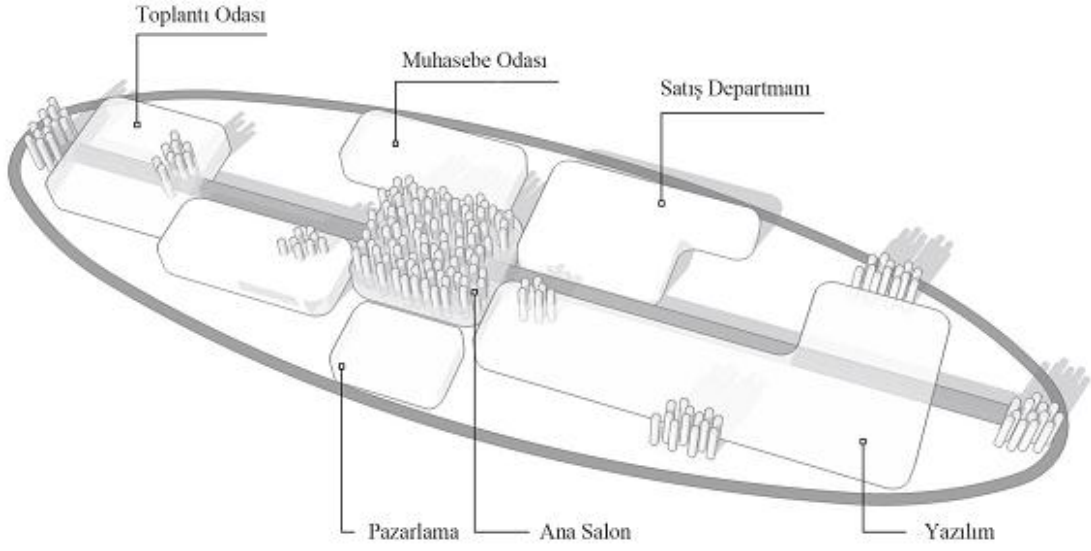
**Şekil 3.39. Sahibinden.com Ofis Yerleşim Planı**

**Kaynak:** [URL 39]

Ofisin 1500 m<sup>2</sup>'lik B1 katında çalışma alanı yoğunluğu daha az olup, çalışanların bir araya gelebileceği sosyal alanlar ağırlıklı olarak yer almaktadır. Bu katın 5 m'lik tavan yüksekliğinin avantajı ile oluşturulan asma katlar ve bunların



ortasında kalan 225 m<sup>2</sup>'lik yüksek hacimli ve çok amaçlı kullanıma uygun alan, katlar arasındaki köprülü geçişler ile çevrelenmiştir (Şekil 3.39).



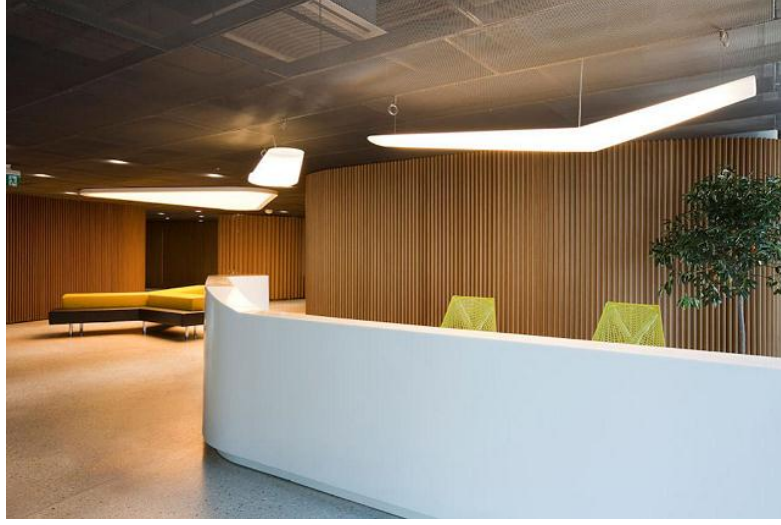
**Şekil 3.40. Sahibinden.com Ofis Plan Detay**

Kaynak: [URL 39]



**Şekil 3.41. Sahibinden.com Ofis Plan Detay**

Kaynak: [URL 39]



**Şekil 3.42. Sahibinden.com Ofis Birinci Kat Geçişler**

**Kaynak:** [URL 39]

İlk katta Sahibinden.com'un kurumsal renklerine vurgu yapan sarı renk göze çarpmaktadır. Aynı zamanda bu mekana açılan basketbol sahası, fitness alanı ve kafeterya alanlarıyla çalışan odaklı bir ofis yaratılmıştır (Şekil 3.40).



**Şekil 3.43. Sahibinden.com Ofis Basketbol Alanı ve Karşıda Çalışma Ofisi**

**Kaynak:** [URL 39]

“Brainstorming” adı verilen mekan, genç ve dinamik bir yapıya sahip olan sahibinden.com çalışanlarının yeni fikirlerin ortaya çıkmasında ihtiyaç duydukları, ofis mekanlarından kopuk ve kendilerini başka bir ortamda hissetmelerini sağlayacak şekilde düzenlenmiştir (Şekil 3.41).



**Şekil 3.44. Sahibinden.com Ofis Sportif Alan**

**Kaynak:** [URL 39]

Projede sadece çalışılan değil sosyal aktivitesi de olan bir çalışma alanı yaratmak önceliklidir. Bu doğrultuda çalışanların iş dışında da vakit geçirebilecekleri farklı işlevler için mekânlar ayrılmış ve ayrıca şirketin uzun vadedeki büyüme öngörüsü incelenerek gerekli ofis kapasitesi sağlanmıştır.



**Şekil 3.45. Sahibinden.com Sosyal Alan**

**Kaynak:** [URL 39]

Yapının ikinci katının planlanmasında eliptik formun yönlendirici olduğu görülmektedir. Yapının ikinci katı genel olarak yönetim kurulu, toplantı odaları ve çalışma alanlarının büyük bölümünü barındırmaktadır (Şekil 3.43).

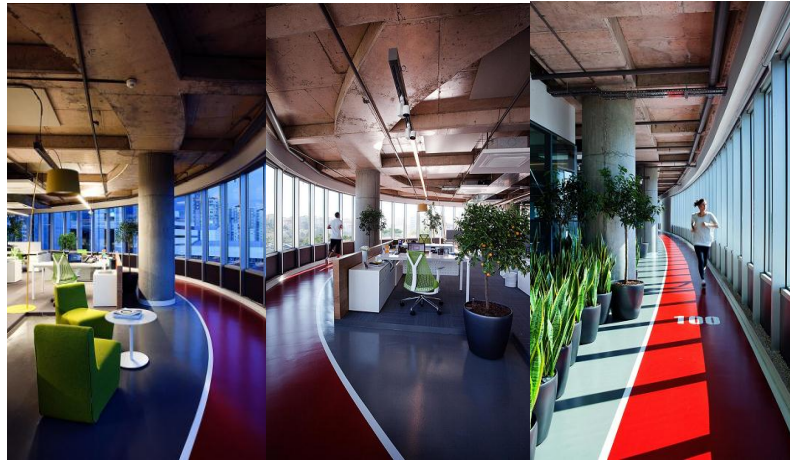




**Şekil 3.46. Sahibinden.com Toplantı Odası**

**Kaynak:** [URL 39]

Geneli açık ofis olarak tasarlanan bu katın toplantı odası ve yönetici odası gibi kapalı mekanları yine bina formu gereği cepheyle ilişkilendirilmeden çözülmeye çalışılmıştır. 2. katın girişinde bulunan toplantı ve yönetici odalarına ait mekanlar planlanırken yerin verimli kullanılması amacıyla tercih edilen amorf formlar sağır duvarlarla oluşturularak ofis alanlarıyla ilişki koparılmaya çalışılmıştır. Bina cephesi ile taşıyıcı hat arasında kalan ve çevresi 250 m eden eliptik alan koşu parkuru olarak düzenlenerek rekreatif işlevlerin çalışma alanları ile iç içe geçmesi fikri öne çıkartılmıştır (Şekil 3.44).



**Şekil 3.47. Sahibinden.com Ofis Koşu Parkuru**

**Kaynak:** [URL 39]



**Şekil 3.48. Sahibinden.com Ofis Asma Kat ve Açık Çalışma Ofisi**

**Kaynak:** [URL 39]

Bu katın planlanmasında önem verilen diğer bir konu da binanın tam merkezinde yer alan toplanma alanıdır. Mekân, çalışanların sosyalleşebileceği, aynı anda farklı toplantı modellerine mekan oluşturabilecek, oyun odası ve TV köşesi gibi eğlenceli alanlarla güçlendirilmiştir.



**Şekil 3.49. Sahibinden.com Ofis Çok Amaçlı Alan**

**Kaynak:** [URL 39]

## SONUÇ

Ofisler ilk olarak 15. yüzyılda oluşumlarını göstererek, 19. yüzyılda değişimlere uğrayıp, gelişen teknolojiler doğrultusunda günümüz şartlarında kurguları tamamlanmış çalışma alanları olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma hayatı, günümüzde planlı bir toplum oluşumu açısından sosyal değişimlerin en büyük göstergesi olmuştur. Çalışma eylemi insan hayatında bu denli önemli bir yerde bulunurken, çalışma alanlarının da uygun bir biçimde tasarlanması gerekmektedir. Çalışmanın amacı doğrultusunda; insanların zamanlarının çoğunu geçirdiği ofis tasarımında fiziksel ve psikolojik gereksinimlerin giderilmesi hususunda önemli bir etken olan iç mekan tasarımları üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda gelecekte yapılacak ofis iç mekan tasarımlarında, tasarımcıya bir kaynak niteliğinde olabilmek, bilim dünyasına bu konuyla alakalı katkı sağlayarak, ofis iç mekan tasarım sonuçlarında ilerleme ve gelişim hedeflenmiştir.

Ofislerin temel tasarım kriterlerine bakıldığında karşımıza; renk seçimleri, kullanılan yapay ve doğal aydınlatmalar, iç mekanda bulunan çeşitli mobilyalar, havalandırma ve ergonomi çıkmaktadır. Ofis ortamında sağlıklı ve doğru kurgulanmış bir aydınlatma rahat bir çalışma ortamı sunmada bir etkidir. Renkler görsel bir uyarım dışında işlevsel olarak da birçok etkiye sahiptir. Bir yapıya ilişkin konstrüksiyonun ve estetiğin bir parçasıdır. Mekânı algılamada, kişinin zihninde farklı bakış açıları oluşturarak çeşitli illüzyonlar yaratır. Kütlelerin ve formun daha iyi anlaşılmasını sağlar.

Bir mekana girildiğinde; insan sırasıyla döşeme, duvar ve tavanla etkileşim kurar. Döşemeler; sıcak ve koyu renk değerleriyle daha güvenilir ve sağlam, soğuk ve açık renk değerleriyle daha emniyetsiz algılanır. Duvarlar; sıcak ve koyu renk değerleriyle kişiye olduğundan daha yakın, soğuk ve açık renk değerleriyle olduğundan daha uzak bir etki verir. Bu bağlamda mekân olduğundan daha küçük ya da büyük algılanmaktadır. Tavanlar ise; sıcak ve koyu renk değerleriyle daha alçak, soğuk ve açık renk değerleriyle daha yüksek hissedilir. Tavanda kullanılan renk seçimiyle mekân olduğundan daha basık ya da daha ferah algılanabilir.



Araştırma kapsamında incelenen Yemeksepeti Park, Markafoni Genel Merkez ve Google Türkiye Ofislerinde çağdaş tasarımların yapıldığı apaçık görülmektedir. Yemeksepeti Park 6 milyon \$ harcanarak yapılmış ve 9283 m<sup>2</sup>lik bir alan üzerine tasarlanmıştır. İlk olarak büro içinde sürekliliği ve dinamizmi sağlamaya yönelik bir tasarım oluşturulması hedeflenmiştir. 5 katlı olarak inşa edilen Yemeksepeti parkın her katı değişik fonksiyonlara sahiptir. Zemin katında yemeklerle alakalı hususların yer aldığı yemek.com yer almaktadır. Ayrıca yine zemin katta idari işlerin yapıldığı büro, fotoğraf stüdyosu, hepsi değişik dükkana benzer bir anlayışla tasarlanmış görüşme odaları ve yemekhane yer almaktadır. Yemeksepeti parkın değişik fonksiyonlara sahip her katında değişik renklere yer verilmiştir. Her kattaki farklı renkler Yemeksepeti’ni yansıtmakta ve söz konusu dinamikliğin giriş holünden hissedilebildiği görülmektedir. Her katın girişinde bir hol ile katların birbirine bağlandığı köprüler tasarlanmıştır. Köprülerin tasarlanmasında değişik renkler kullanılmıştır. Her katta değişik renklere sahip köprülere farklı isimler verilmiştir. Köprüler buldukları katın uyku odalarına bağlanmaktadır.

Yemeksepeti Park’ın her katında “diner” düşüncesiyle ayrıntılara sahip yemekhane bulunmaktadır. Yemekhanede özel yemek yeme tasarımının yanı sıra masa tenisi vb. sosyal aktivitelerin yapılabileceği biçimde tasarlamaya sahiptir. Birinci katta idareciler ve toplantılar için tasarlanmış dağınık biçimde yerleştirilmiş kapsül biçimindeki alanlar yer almaktadır. Yemeksepeti Park’ın ikinci katında ise batı kısmına doğru operasyon bölümü yer almaktadır. İkinci kattaki Sonsuz Masa iki ve üç boyutlu olarak sürekliliği yansıtmaktadır. Ayrıca Sonsuz Masa çalışma açısından esneklik meydana getirmektedir. Yemeksepeti Park üçüncü kat planına baktığımızda bu katta genel olarak dokuz kişilik açık ofislerin yer aldığı görülmektedir. Üçüncü katta batı kısmında bulunan açık büro mekanları, bilgi işlem, seminer, server ve toplantı odaları ile idareci odaları katın girişindeki zeminden devam ederek lineer çizgilerle çalışanların karşısına çıkmaktadır. Dördüncü katta ise genel olarak doğu alanı sosyal işlevler için dizayn edilmiştir. Peteğe benzer formlarda biçimlendirilen çalışma alanlarını, dizaynına uygun biçimde kasa şeklindeki tavanın kirişleri üzerine yerleştirilen yine altıgen petek biçimli armatürler

desteklenmektedir. Katın doğu bölgesi, giriş holüne bakan toplantı odaları dışında, tamamen sosyal donatı alanı olup, oyun bölgesi olarak adlandırılmaktadır. Dördüncü katın doğu kısmında seminerler ve çeşitli etkinlikler için tasarlanmış tribün yer almaktadır.

Markafoni 2015 senesinde Habif Mimarlık tarafından yapılan genel merkez ofisine taşınmıştır. İstanbul Maslak'ta 1500m<sup>2</sup>'lik bir alanda faaliyete başlayan merkez modern ofis tarzında dizayn edilmiştir. Genel olarak büroların iç mekanlarındaki tasarımların çoğunlukla girişlerinin ve boş zaman sahalarının kurumun kimliğini ön plana çıkaracak biçimdedir. Bu kapsamda daha yalın şekilde fakat birbirlerine benzemekte olan ofis alanları ile karşılaşılmaktadır. Markafoni genel merkezinde "Ribbon" adı verilen kurumsallığı yansıtan renkli şeritlerle bütün ofis içerisine dolandırılmıştır. Genelde tavandan sarkıtılarak ilerletilen renkli kurdele şeritleri bazı yerlerde düğümlemiş, bazı yerlerde alçalıp yükselmiş biçimde ilerlemektedir. Netice olarak gereksinim hissedilen personel ofislerinin dinamik bir yapı kazanılması sağlanmıştır. Markafoni genel merkez ofisinin zemininde kullanılan Unigen taban malzemeleri ile insana ve çevreye saygılı, zararsız hammaddelerin yer aldığı, risk taşımayan ve bütün çalışanların iş güvenliği ve sağlığını korumayı düşünen bir zemin tasarlanmıştır. Açık ofis alanları genel yapısı itibariyle pek çok çalışanın bir arada olduğu ve beraber hizmet ürettiği ortak bir kullanım alanı niteliği taşımaktadır. Markafoni genel merkez ofisinin ortak çalışma alanına baktığımızda gerek kurumsal kimlik, gerek ortak ve açık kullanım alanı, gerekse mahremiyetin düşünüldüğü bir nitelik taşımaktadır.

Sahibinden.com Ofisi İstanbul Ataşehir'de 2002 yılında 5000 m<sup>2</sup>'lik bir alanda dizayn edilmiştir. Projeyi Erginoğlu & Çalışlar tasarlanmıştır. Sahibinden.com Ofiste yaklaşık 250 personel istihdam edilmektedir. Sahibinden.com Ofis kurumsal kimliği ön plana alan ve çalışanlara dinamiklik kazandıran renk tasarımıyla, çalışma alanlarının yanı sıra dizaynında dinlenme alanlarının da yer aldığı bir tarzda tasarlanmıştır. Bu kapsamda Sahibinden.com ofisi, çalışan verimliliğini ve bütünsel konforunu arttıracak çözümler düşünülerek ele alınmıştır. Ofisin tasarlanmasında ileride büyümeye yönelik adaptasyonda

düşünülmüştür. Personel mutluluğunun ön planda olduğu Sahibinden.com Ofiste ofis mobilyaları gerek renk, gerek ergonomi gerekse tasarım bakımından genel ofis dizaynıyla bütünleşmektedir. Sahibinden.com Ofisin ikinci katı hem çalışma hemde sosyal alanları barındırmaktadır. Özellikle çalışma alanlarını çevreleyen koşu parkuru ofise farklı bir anlam katmaktadır.

Sonuç olarak ofis iç mekan tasarımlarında farklı yapı elemanlarında ve donatılarda kullanılan alternatif çözümlerle, ofis çalışanlarının sosyal ihtiyaçlarını karşılayacak, çalışma verimini artıracak, esnek ve çok renkli bir çalışma ortamı sunulmaktadır. Sunulan çözümlerle birlikte bir ofis anlayışına dönüşmektedir. Mahremiyetin gerekli olduğu çalışma ortamlarında kapalı ofis tipleri kullanılmaya devam etse de geleceğin ofis anlayışına e-ticaret ofislerinin yön vereceği görülmektedir. E-ticaret ofislerinin çözüm anlayışı yüksek verim, motivasyon, konfor, sosyal iletişim ve özgünlük üzerine kurgulanmıştır. Bu çalışma e-ticaret ofisleriyle ilgili çalışma yapacak tasarımcılara ve araştırmacılara yol gösterecek niteliktedir.

## KAYNAKÇA

- Aksoydan, E., (2003), Çalışma Yaşamı ve Sağlık, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Akyol, E., (1997), Büro yapılarında kullanım gereksinimlerinin mekan tasarımına etkilerinin irdelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, YTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Alkan, İ., (2010), Ofis mekanlarında ışık ve renk ilişkisinin görsel konfora etkisi, Yüksek Lisans Tezi, MSGSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Altınkoç, Y., (2005), Büro binaları tasarımında temel ilkeler ve iç mekan organizasyonu, Yüksek Lisans Tezi, MSGSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aluçlu, İ., 2000. Özel Sektör Yönetim Binalarında (Holdinglerde) Kullanıcı Gereksinimi, Konfor Şartları ve Organizasyona Yönelik Sistem İyileştirme Modeli. Y.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, İstanbul.
- Anonymous, (1989), Dünden Yarına Ofis Tasarımı, Arredamento Dergisi, s.130.
- Anonymous, (2001), A.B.D’de Büronun Dünyü ve Bugünü, Arredamento Dergisi, s.90- 95.
- Bal, A., (2005), Ofis mekanlarında aydınlatma tekniklerinin değerlendirilmesi ve yorumlanması, Yüksek Lisans Tezi, MSGSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Becker, F.D., 1981. WORKSPACE: Creating Environments in Organizations, New York.
- Bonet, L., (2005), Office Design, Daab Yayınları, Tasarım Yayın Grubu, s.4
- Boyce, P., Hunter, C., Howlett, O., (2003), The benefits of daylight through windows troy, Rensselaer Polytechnic Institute, New York

- Charles, K. E., Pero, K., (2006), Open-plan office designs-promoting organizational productivity, *Construction Canada*, 48(4), s.36-38.
- Ching, D. K. F., (2006), İç Mekan Tasarımı - Resimli, Yem Yayınları, İstanbul, s.126
- Çakmanus, İ., (2003), Enerji Etkin Bina Tasarım Yaklaşımı, *Yapı Dergisi*, 260, s.101- 104.
- Çetinbaş, Ş., (2012), İç mekan tasarımında insan ve renk ilişkisi: konut örneği, Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Karabük.
- Çimen, T. 2008. Teknolojik Gelişmelerin Sonucunda Değişen Üretim İlişkilerinin, Ofis Yapılarına Etkisi ve Ofis Mekânları. İTÜ Mimarlık. İstanbul.
- Dalga, P., (2007), Geçmişten günümüze ofislerin gelişimi, Yüksek Lisans Tezi, MSGSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Dilik, T., Tanrıtanır, E., (1994), Mobilya Tasarımı ve Antropometri, 5. Ulusal Ergonomi Kongresi, Milli Produktivite Merkezi.
- Doğan, K.R., (2008), Yönetim Binalarında Geleceğe Yönelik Yaklaşımlar, MSGSÜ I. Ulusal İç Mimarlık Sempozyumu Bildirisi, İstanbul.
- Doğrusoy, İ., 2002. Mimari Bir Eleman Olan Pencerelelerin Açıklıklarının, İnsan İlişkileri Bağlamında İrdelenmesi Ofis Mekânları İçin Bir Deneme. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İzmir.
- Dökmeçi, V., Dülgeroğlu, Y., Akkal, L. B., (1993), İstanbul şehir merkezi Transformasyonu ve Büro binaları, Literatür Yayıncılık, İstanbul
- Duffy, F., (1992), *The changing workplace*. Phaidon Press.
- Duffy, F., (1997), *The New Office*, Conrand Octopus Limited, London.

- Erel, Erdinç 2009. In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Of Master Of Science In Industrial Design. The Thesis Submitted To The Graduate School Of Natural And Applied Sciences Of Middle East Technical University, Ankara.
- Erentok, M., (1991), A'dan Z'ye açık ofis, Arredamento Dekorasyon, Ofis'91 Dergisi, s.16-22
- Erkan, N., (1997), Ergonomi, verimlilik, sağlık ve güvenlik için insan faktörü mühendisliği, 4. Basım, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, Ankara
- Ertürk, Z., (1976), Kullanıcı konforu açısından boyutsal gereksinimlerin saptanması için bir yöntem, Doktora Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ertürk, Z., (1976), Kullanıcı konforu açısından boyutsal gereksinimlerin saptanması için bir yöntem, Doktora Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Fitoz, İ., (2004), Yapay Işığın Mekan Tasarımına Etkisi, Arredamento Dergisi, s.94.
- Fraser, T., Banks, A., (1994), The Ultimate Book for the Colour Conscious: The Complete Guide to Colour, The Ilex Press Ltd, China.
- Gottschalk, O., (1967), The New Shape of Office Buildings Communication, Almanya
- Gottschalk, O., (1968), Flexible Verwaltungsbauten, Quickborn, Almanya
- Göker, M.K., (2002), İç mimarlık-tasarımda aydınlatma; ilke-sistem-tasarım bağıntısı, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Göral G. (1995) Büro Yönetimi Sistemler ve Yaklaşımlar, İstanbul: Sistem Yayıncılık
- Göral R. (2008). Büro Yönetimi ve İletişim Teknikleri, Konya: Yüce Medya



- Groves, K., 2010, I Wish I Worked There! A Look Inside the Most Creative Spaces in Business , UK.
- Güney, Ş., (2005), Bürolardaki mekân-mobilya organizasyonundaki ergonomi faktörü ve verimliliğe etkisi: bir banka örneği, Yüksek Lisans Tezi, YTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Gürer A., (1982). Mimarlıkta Bina Planlama Olgusu"Profesörlük Tezi. İstanbul
- Gürer, A., (1997). Büro Binalarında Mekân Ve Kullanıcı Performansının Değerlendirilmesi. İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Hasol, D., (1975), Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü, 14. Baskı, Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul
- Hayta, A. B., (2007), Çalışma ortamı koşullarının işletme verimliliği üzerine etkisi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1(1), 21-41.
- Holtzschue, L., (2006), Understanding color: An introduction for designers, John Wiley & Sons Inc., New Jersey.
- Ilıcak, Ş., (1988), Çevre-İşyeri Koşulları Ve Ergonomik Yaklaşımlar, 1. Ergonomi Kongresi, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, Ankara.
- Jaint, T.R., Khanna O.P., Grover, M.L., Singla R.K., (2006), Industrial Sociology, Economics and Management., V.K. Publications, New Delhi.
- Karabiber, Z., 1994. Açık Planlı Bürolarda Akustik Sorunlar. Tasarım Dergisi, Sayı:49, s.103-105.
- Kaya, H. F., (2010), Kapalı ofis sistemlerinde mekânsal kalitenin kullanıcıların algısal performansı üzerine etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Ketencioğlu, N., 2001. Yönetim Organizasyonundaki Değişimlerin Büro Binalarının Tasarımına Etkisi, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Kliment, S., Davis S., (1984), Designing the Automated Office, Whitney Library of Design, New York
- Koçu, N., (2008), Aydınlatma Ders Notları, Selçuk Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, Konya.
- Köse Doğan, (2014). Ofis Çözümlerinde Çağdaş Yaklaşımlar, Der: Ş. Öymen Gür, Mimari Güncellemeler, Ankara: Nobel Yayınları
- Köse Doğan, (2008). Yönetici Bürolarında Mekan Örgütlenmesi, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya
- Lappat, A., (1969), Umvet und Einrichtungim Grossraumbüros, Bauen+Wohnen
- Lehman-Smith, D., (2002), Building Type Basics For Office Buildings, Chapter 3 interior Architecture, A. Eugene Kohn and Paul Katz Kohn Pedersen Fox, John Wiley & Sons, New York, s.57-82
- Manav, B., (2015), Renk-anlam-mekan ilişkisi, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 5(3), İstanbul.
- Marberry, S. O., Zagon, L., (1995), The power of color: Creating healthy interior spaces, John Wiley & Sons Inc., New York.
- Mesta, P., (2014), Ofis iç mekanlarının psikolojik ihtiyaçlarının belirlenmesi: Pınar ve Tariş ofis mekanları, Yüksek Lisans Tezi, Yaşar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Mullin, S., (1976), Planning office space, The Architectural Press, London, s.16.

- Naghavi, S., 1995. Büro Binalarında İç Mekân Düzenlemesi. İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Odgers, P., (1997), Administrative office management: strategies for the 21st century, International Thomson Publishing, USA.
- Onat, E., (1990), Mimarlık Form ve Geometri, Yapı Endüstri Merkezi Yayını, Ankara
- Ören, K. ve Yüksel, H., (2012), Geçmişten Günümüze çalışma hayatı, HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum, 1(1).
- Özbudak, Y. B., Gümüş, B., Çetin, F. D., (2003), İç mekan aydınlatmasında renk ve aydınlatma sistemi ilişkisi, II. Ulusal Aydınlatma Sempozyumu ve Sergisi Bildiriler Kitabı, TMMOB Elektrik Mühendisleri Odası Diyarbakır Şubesi, Diyarbakır.
- Özdemir, T., (2005), Renk kavramı ve konut iç mekanında tasarıma etkileri, Sanatta Yeterlilik Tezi, MSGSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Özkum, E., (2011), Doğal ve yapay aydınlatmanın insan psikolojisi üzerindeki etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Öztürk-Başpınar N. ve Bayramlı Ü. Ü. (2003). Büro Yönetimi, Ankara: Nobel Yayın
- Pentikist, J., Lopez, M. S., Thomas, R. E., (2002), Ergonomics evaluation of a government office building, Work, 18(2), Auburn Üniversitesi, USA, s.123-131.
- Pile J., (1976), Interiors 3rd Book of Offices, Whitney Library of Design, New York.
- Raymond S., Cunliffe R., (1997), Tomorrow's Office, E&FN Spon, London, s.21.

- Sakallı, E., (1997), Büro yapılarında iç mekan organizasyonu faktörleri, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Edirne.
- Salvendy, G., (2012), Handbook of Human Factors and Ergonomics, 4. Baskı, John Wiley & Sons Inc., Hoboken, New Jersey, s.40-41.
- Su, B.A., (2001), Ergonomi, Atılım Üniversitesi Yayınları, Ankara.
- Topaloğlu M. ve Koç H. (2005). Büro Yönetimi Kavramlar ve İlkeler, Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Ünver, R., (2000), Aydınlatma ve Dini Yapılar, Tasarım Dergisi, 102, s.138-145.
- Varlı, E., (2004), Büro tasarımında kullanıcı standartları ve teknoloji kullanımının değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Edirne.
- Veitch, J. A., (2005), Creating high-quality workplaces using lighting, Creating the productive workplace, s.207-23.
- Yılmaz, M. Gül. 2010. Ofislerdeki Çalışma İstasyonlarının (Workstations) Tasarımını Etkileyen Ergonomi Faktörünün İncelenmesi. Haliç Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İç Mimarlık Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Yiğit, A. M., Çevik, O., (2011), Konjoint Analizi ile Ofis Mobilyası Tüketicilerinin Tercihlerinin Belirlenmesi, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 13 (20), s.115-110.

### **İnternet Kaynakları**

- [URL 1] <http://lebriz.com> E.T.08.05.2019
- [URL 2] [www.britannica.com](http://www.britannica.com) E.T.08.05.2019
- [URL 3] [www.v-aline.com](http://www.v-aline.com) E.T.08.05.2019
- [URL 4] <https://en.wikiarquitectura.com> E.T.08.05.2019
- [URL 5] <https://www.meengineering.com/> E.T.08.05.2019

- [URL 6] [www.buffalohistorygazette.net](http://www.buffalohistorygazette.net) E.T.08.05.2019
- [URL 7] [www.tr.pinterest.com](http://www.tr.pinterest.com) E.T.08.05.2019
- [URL 8] [www.archdaily.com](http://www.archdaily.com) E.T.08.05.2019
- [URL 9] <http://todesignllc.com> E.T.08.05.2019
- [URL 10] [www.hermanmiller.com](http://www.hermanmiller.com) E.T.08.05.2019
- [URL 11] <https://www.architectural-review.com> E.T.08.05.2019
- [URL 12] <https://documen.site> E.T.08.05.2019
- [URL 13] <https://www.dezeen.com> E.T.08.05.2019
- [URL 14] [www.ajbuildingslibrary.co.uk](http://www.ajbuildingslibrary.co.uk) E.T.08.05.2019
- [URL 15] <https://www.softwareadvice.com> E.T.08.05.2019
- [URL 16] <https://www.australiandesignreview.com> E.T.08.05.2019
- [URL 17] <https://www.plataformaarquitectura.cl> E.T.08.05.2019
- [URL 18] <https://www.archilovers.com> E.T.08.05.2019
- [URL 19] <http://spectraair.com> E.T.08.05.2019
- [URL 20] <https://t3n.de> E.T.08.05.2019
- [URL 21] <http://www.clivewilkinson.com> E.T.08.05.2019
- [URL 22] [www.cmaicmimarlik.com](http://www.cmaicmimarlik.com) E.T.08.05.2019
- [URL 23] [www.modemahsap.com](http://www.modemahsap.com) E.T.08.05.2019
- [URL 24] [www.osomimarlik.com](http://www.osomimarlik.com) E.T.08.05.2019
- [URL 25] [www.emlakkulisi.com](http://www.emlakkulisi.com) E.T.08.05.2019
- [URL 26] [www.mimarizm.com](http://www.mimarizm.com) E.T.08.05.2019
- [URL 27] [www.mimdap.org](http://www.mimdap.org) E.T.08.05.2019
- [URL 28] [www.proxsen.com](http://www.proxsen.com) E.T.08.05.2019
- [URL 29] [www.koleksiyon.us](http://www.koleksiyon.us) E.T.08.05.2019
- [URL 30] [www.cbe.berkeley.edu](http://www.cbe.berkeley.edu) E.T.08.05.2019
- [URL 31] <http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.degw.it%2F&date=2016-09-06> E.T.08.05.2019
- [URL 32] [www.techcraving.com/nissan-nv200-mobile-office-concept/](http://www.techcraving.com/nissan-nv200-mobile-office-concept/)  
E.T.08.05.2019
- [URL 33] <http://www.arkiv.com.tr/proje/ebay---gitti-gidiyor-ofisi/2769>  
E.T.08.05.2019

[URL 34] <http://www.arkiv.com.tr/proje/google-istanbul-ofisi/1616> E.T.08.05.2019

[URL 35] <https://ikmagazin.com/etiket/yemeksepeti-park/> E.T.08.05.2019

[URL 36] <https://webrazzi.com> E.T. 29.05.2019

[URL 37] <http://www.arkiv.com.tr/proje/yemeksepeti-park/8892> E.T.08.05.2019

[URL 38] <http://www.arkiv.com.tr/proje/markafoni-genel-merkez-ofisi/4330>

E.T.08.05.2019

[URL 39] <http://www.arkiv.com.tr/proje/sahibindencom-ofis-binasi/1619>

E.T.08.05.2019







T. C.  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



**Özgeçmiş**

Adı Soyadı:	HALİME ANDAÇ
Doğum Yeri:	KONYA/MERAM
Doğum Tarihi:	28.06.1991
Medeni Durumu:	
<b>Öğrenim Durumu</b>	
Derece:	Okulun Adı: SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
İlköğretim:	BAŞAK İLKÖĞRETİM
Ortaöğretim:	MERAM ORTAÖĞRETİM
Lise:	NACİYE MUMCUOĞLU
Lisans.	SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Yüksek Lisans.	SELÇUK ÜNİVERSİTESİ, HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
Becerileri:	
İlgi Alanları:	
Halen Yaptığı İş:	İÇ MİMARLIK
İş Deneyimi: (Doldurulması isteğe bağlı)	
Aldığı Ödüller: (Doldurulması isteğe bağlı)	
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar: (Doldurulması isteğe bağlı)	
Tel:	5067966290
E-mail:	andacimimari@gmail.com
Adres:	Meram Eski yol cd Ayanbey mh no:154 Konya /Meram

İmza:

