

**T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**OTEL YÖNETİMİNDE MİMARİ YAPININ
YERİ ve ÖNEMİ**

Yüksek Lisans Tezi

Ayşegül KIR

0850Y71101

İstanbul, 2011

**T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**OTEL YÖNETİMİNDE MİMARİ YAPININ
YERİ ve ÖNEMİ**

Yüksek Lisans Tezi

Ayşegül KIR

0850Y71101

Danışman: Doç. Dr. Asım SALDAMLI

İstanbul, 2011

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ONAY SAYFASI

Yüksek Lisans öğrencisi Ayşegül Kır'a ait "Otel Yönetiminde Mimari Yapının Yeri ve Önemi" konulu tez çalışması jürimiz tarafından İşletme Yüksek Lisans tezi olarak oy birliği / oy çokluğu ile başarılı bulunmuştur.

Adı-Soyadı	İmza
Tez Danışmanı :
Jüri Üyesi :
Jüri Üyesi :

ONAY YAZISI

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCU Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamiyle uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan ayrıntılı alıntı yapılmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

Ayşegül KIR

ÖZET

Günümüz rekabet ortamında konaklama tesislerinde tüketicilerin deniz-kum-güneş diye tabir edilen turizm talebini karşılamak yeterli olmamaktadır. Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının farklılaşması sonucunda tatil anlayışında dinlenme kavramından, eğlence ve macera kavramlarına yönelim olmuştur. Talepte yaşanan bu değişim otel mimari yapısında da farklı ve özgün ürün olma anlayışını getirmiştir. Önceden hizmet sunumunun gerçekleştirildiği fiziksel ortam olarak tanımlanan otel mimari yapısı, günümüz otel yönetim sürecinde “değer” ifade etmektedir. Yönetim birimleri tarafından bu değer çeşitli stratejilerle işletme amacına ulaşmak üzere bir araç olarak kullanılmaktadır.

Bu çalışmada otel işletmesinin mimari yapısı otel yönetiminin sorumlu olduğu alanlar ve yönetim fonksiyonları açısından incelenmiştir. Çalışmanın amacı, mimari yapının otel yönetiminde yeri ve önemini akademik çalışma ile ortaya koymaktır. Araştırma, alanında kabul görmüş dergi, kitap, bilimsel yayın, tezler ve interneti kapsayan geniş literatür çalışmasıyla oluşturulmuştur.

Yapılan çalışma sonucunda dikkatli ve yaratıcı çözümlerle oluşturulan mimari yapının otel yönetimi açısından önemine vurgu yapılmıştır. Etkili mimari yapı tasarımının müşterielerin olumlu tepkileri ile pazarlama alanında; personelin olumlu tepkileriyle uzun çalışma süresi ve verimlilik artışına bağlı olarak insan kaynakları alanında; ideal mekan organizasyonu, operasyonel verimlilik ve maliyet azaltma etkisiyle finans alanında önemi ön plana çıkarılmıştır.

Otel yönetiminde mimari yapının öneminin ortaya konulması üzerine yapılan bu araştırma çalışması, Türkiye’de Otel İşletmeciliği’nin gelişimine katkıda bulunması ve konunun devamlılığı açısından önem arz etmektedir.

ABSTRACT

In today's competitive environment, it is not sufficient to satisfy consumer's demand for sea-sand-sun in accommodation facilities. As a result of the differentiation of demands and needs of consumers, in holiday concepts there has been a transition from the concept of relaxation to the concept of fun and adventure. This change in demands has brought the understanding of being different and unique product in architectural structure of the hotel. In advance architectural structure of the hotel was defined as the physical environment where service delivery was carried out, but in the process of today's hotel management it refers to "value". This value is used as a tool to achieve business objectives with various strategies by management units.

In this study, The importance of the architectural structure for hotel management are examined in terms of the fields the administration responsible for and management functions. The aim of the study is to reveal the importance of the architectural structure for hotel management with an academic study. The research was created with the works of a large literature covering magazines, books and scientific publications accepted in their fields, theses and internet.

As a result of the study performed, the importance of architectural structure which was created with careful and creative solutions for hotel management was examined. The importance of effective architectural design was highlighted in the field of marketing by the positive response of customers; in the field of human resources by positive reactions of the staff due to long working hours and increase in productivity; in the field of finance by ideal base organization, operational efficiency, and the effect of cost reduction.

This research study which was done to prove the importance of the architectural structure in hotel management is a value to the continuity of the issue and to contribute the development of Turkey Hotel Management.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
Özet (Abstract)	iii
Tablolar Listesi	iv
Şekiller Listesi	v
Kısaltmalar	vi
GİRİŞ	1
1. TURİZM ENDÜSTRİSİ ve SEKTÖREL YAPILANMA	2
1.1. Turizmin Tanımı ve Çeşitleri	2
1.2. Turizmin Önemi	3
1.3. Turizm Endüstrisi ve Sektörel Yapılanma	4
1.4. Turizm Konaklama Tesis Türleri	6
2. OTEL İŞLETMELERİ	8
2.1. Otel İşletmesinin Tanımı	8
2.2. Otel İşletmelerinin Özellikleri	9
2.3. Otel İşletmelerinin Sınıflandırılması	10
2.3.1. Genel Olarak Otel İşletmelerinin Sınıflandırılması	10
2.3.2. Türkiye’de Otel İşletmelerinin Sınıflandırılması	11
2.4. Türkiye’de Otel İşletmelerinin Tarihsel Gelişimi	16
3. YÖNETİM	20
3.1. Yönetim Kavramı	20
3.2. Yönetimin İşlevleri	21
3.2.1. Planlama	21
3.2.2. Örgütlenme (Organizasyon) İşlevi	23
3.2.3. Yöneltilme (Kumanda Etme) İşlevi	26
3.2.4. Eşgüdüm (Koordine Etme) İşlevi	26
3.2.5. Denetim (Kontrol Etme) İşlevi	27
4. MİMARİ YAPI ve OTEL TASARIMI	29
4.1. Mimari Tasarım ve Mimari Yapı Kavramı	29
4.1.1. Mimari Yapı Tasarım Süreci	29
4.1.2. Mimari Yapı Tasarımında Değerlendirme Ölçütleri	30
4.2. Turizm Tesisleri ve Genel Nitelikleri	31
4.3. Asli Konaklama Tesislerinin Genel Nitelikleri	34
4.3.1. Konaklama Tesislerinde Yatak Odaları	34
4.3.2. Personel ve Mahalleri	35

4.3.3. Bedensel Özürlüler İçin Düzenlemeler	36
4.3.4. Asansör Düzenlemeleri	36
4.3.5. Kış Sporları Yapılan Tesislerde Gerekli Düzenlemeler	37
4.4. Otel Tasarımı ve Mimari Projelendirme	37
5. OTEL YÖNETİMİNİN SORUMLULUK ALANLARI ve MİMARİ YAPI İLİŞKİLERİ	40
5.1. Hisse Sahipleri ya da Sermayedarlar ve Mimari Yapı İlişkisi	42
5.2. Tüketici (Müşteri) ve Mimari Yapı ilişkisi	43
5.3. Çalışanlar ve Mimari Yapı İlişkisi	45
5.4. Devlet ve Mimari Yapı İlişkisi	46
5.5. Doğal Çevre ve Mimari Yapı İlişkisi	47
5.6. Tedarikçiler ve Mimari Yapı İlişkisi	48
5.7. Rakipler ve Mimari Yapı İlişkisi	49
5.8. Toplum ve Mimari Yapı İlişkisi	50
6. OTEL YÖNETİMİNİN YÖNETİM İŞLEVLERİ AÇISINDAN MİMARİ YAPI İLİŞKİLERİ	51
6.1. Planlama İşlevi ve Mimari Yapı	51
6.2. Örgütlenme İşlevi ve Mimari Yapı	63
6.3. Yöneltilme İşlevi ve Mimari Yapı	64
6.4. Denetim İşlevi ve Mimari Yapı	65
7. SONUÇ ve ÖNERİLER	67
KAYNAKÇA	70

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1. Turizm Sektörünü Oluşturan Temel Hizmet Dallarını 5	5
Tablo 2. Otel İşletmesinde Örnek İş Tanımı 25	25
Tablo 3. Otel Ürünüde Tasarımın Etkileri 61	61

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 1. Sarı Han- Nevşehir	17
Şekil 2. Han Planı, Sarı Han-Nevşehir	17
Şekil 3. Pera Palace Otel, İstanbul	18
Şekil 4. Pera Palace Otel, İstanbul (Restorasyon Sonrası)	18
Şekil 5. Hilton Oteli, İstanbul	19
Şekil 6. Yönetim ve Sorumluluk Alanları	40
Şekil 7. Müşterilerin Konaklama Esnasında Değer Yaratan İlk On Otel Nitelikleri	44
Şekil 8. Holiday Inn Resort Lake Buena Vista, Orlando (Orjinal Çocuk Suiti)	50
Şekil 9. Mardan Palace Otel, Antalya	52
Şekil 10. Hotel Silken Puerta America, İspanya	54
Şekil 11. Hotel Silken Puerta America-Zaha Hadid'e ait "Space" Oda Tasarımı-1	55
Şekil 12. Hotel Silken Puerta America-Zaha Hadid'e ait "Space" Oda Tasarımı-2	55
Şekil 13. Hotel Silken Puerta America-Jean Nouvel'e ait Oda Tasarımı	56
Şekil 14. Hotel Europe Spa, İrlanda	57
Şekil 15. W Hotel, İstanbul	58
Şekil 16. Abu Dhabi Marina Hotel, Ka3 Design Group Tasarım Projesi	59
Şekil 17. Abu Dhabi Marina Hotel, Ka3 Design Group Tasarım Projesi, Genel Görünüm	59
Şekil 18. Abu Dhabi Marina Hotel, Ka3 Design Group Tasarım Projesi, Yüzen Suitler	60
Şekil 19. Orta Sınıf Otel Yatak Odası Projelendirmesi-1	61
Şekil 20. Orta Sınıf Otel Yatak Odası Projelendirmesi-2	62

KISALTMALAR

- AIEST** : Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği
a.g.e. : Adı Geçen Eser
C. : Cilt
ev. : Çeviren
der. : Derleyen
ed. : Editör
s. : Sayfa
S. : Sayı
SOM : Skidmore, Owning ve Merrill
TDK : Türk Dil Kurumu
UOSB : Uluslar arası Otel Sahipleri Birliği
WTO : World Trade Organization
Vol. : Volume

GİRİŞ

Turizm gelişmekte olan ÷lkeler açısından gelir getirici bir faaliyet alanı olup, temelinde insan faktörü bulunmaktadır. Seyahat eden insanların talep ve beklentilerinde yaşanan değişimlerle yeni turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır. Sağlık ve Termal Turizmi, Av Turizmi, Mimari Turizm gibi. Sektörde yaşanan bu değişime paralel olarak otel işletmeleri de rekabet gücünü arttırmak için müşterilerin dikkatini çekecek farklılık arayışları içerisindeyimler. Bu arayış mimari yapı tasarımına da yansımıştır. Mimari yapının etkili tasarımı artık bir lüks değil, pazarda rakiplere karşı üstünlük sağlamak için zorunluluk haline gelmiştir. Önceleri hizmet sunumunun gerçekleştirildiği fiziksel yapı olarak tanımlanan otel mimari yapısı günümüzde bir “değer” ifade etmektedir. Bu “değer”, yöneticiler tarafından çeşitli stratejilerle amaç ve hedeflere ulaşmak üzere kullanılmaktadır.

Araştırmanın amacı, mimari yapının otel yönetim fonksiyonlarından planlama, örgütleme (örgütlenme), yöneltme ve denetim aşamalarında bir değer olarak ele alınışının, etkili tasarımın pazarlama, finans ve insan kaynakları alanlarında getirilerinin neler olabileceğinin; yönetimin sorumlu olduğu alanlar ile mimari yapı arasındaki ilişkinin nasıl olduğunun akademik çalışma ile ortaya konularak, irdelenmesi ve konunun devamlılığının sağlanmasıdır.

Araştırma kapsamında, araştırmanın altyapısını oluşturan turizm endüstrisi ve sektörel yapılanma, konaklama sektörü, otel işletmeleri, yönetim, mimari yapı ve otel tasarımı gibi genel kavramların tanımları yapılmıştır. Sonrasında bu genel kavramlar üzerinden gidilerek otel yönetiminin yönetim fonksiyonları ve yönetimin sorumlu olduğu alanlar açısından mimari yapı ile olan ilişkileri incelenmiştir.

Mimari yapının yönetim birimlerince önemi, mimari yapı tasarım sürecinde en önemli girdinin ne olması gerektiği, tüketicilerle beraber aynı çatı altında yer alan hizmet sunumunu gerçekleştiren çalışanlar açısından mimari yapının önemi araştırılmıştır. Verilen örneklerle otel yönetiminde mimari yapının yeri ve önemi ön plana çıkartılmaya çalışılmıştır.

1. TURİZM ENDÜSTRİSİ ve SEKTÖREL YAPILANMA

1.1. Turizmin Tanımı ve Çeşitleri

Türk Dil Kurumu (TDK) Türkçe sözlüğünde Turizm: “Dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezi”; “Bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümü” olarak tanımlanmıştır.

Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği (AIEST) 1980 yılında turizmi “insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü” şeklinde tanımlar (Kozak, 2001, s.4).

Savaş Ürger’e göre turizm, insanların boş zamanlarını değerlendirmek amacı ile devamlı oturdukları yerden başlayarak, gelir sağlamamak ve politik faaliyetlerde bulunmamak koşulu ile özgür bir atmosfer içinde toplu veya bireysel olarak yaptıkları seyahatlerde, gittikleri yerde en az bir gün, ya da bir geceleme yapan, bu süre içinde dinlenme, eğlenme, merak, spor, din, tedavi, kültür faaliyetlerine katılma, dost ve akrabaları ziyaret etmek gibi amaçlardan en az birini gerçekleştirme, bu süre içinde ortaya çıkan ihtiyaçlar ile ilişkileri kendisine konu alan sosyal, ekonomik ve kültürel bir olay, bir hizmet endüstrisidir (Tugay, 2004, s.9).

1970’li yıllarda tümüyle 3S (sea/sand/sun), diğer bir ifadeyle deniz, kum, güneş kurgusuyla “dinlenme” kavramı üzerine oluşturulan turizm yapılanmamız, 1990’lı yıllardan itibaren değişik söylemlerle çeşitlilik arayışına girmiştir.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın resmi web sitesinde turizm çeşitleri ; Sağlık ve Termal Turizm, Yayla Turizmi, Av Turizmi, Golf Turizmi, Yat Turizmi, İpek Yolu, Hava Sporları, Akarsu-Rafting Turizmi, Kuş gözlemciliği, Kış turizmi, Mağara Turizmi, Kongre Turizmi, Gençlik Turizmi, Botanik Turizmi, İnanç Turizmi, Dağcılık, Su Altı Dalış şeklinde sınıflandırılmıştır.

Günümüzde yukarıdakilere ek olarak bir de “**mimari turizm**” denen kavram eklenmiştir. **Mimari turizm**, adından da anlaşılacağı gibi, konusunda veya amacında mimari eserlerin görülmesini taşıyan, yeni gelişen bir turizm çeşididir. Bu kapsamda, eski mimari dokunun görülmesi, ziyaret edilmesi, eski dokunun ruhunun o çevrenin içinde yaşanması yer alabildiği gibi, yeni ve son teknoloji kullanılarak inşa edilen yapıların bulunduğu mimari çevrelerin görülmesi ve o çevrenin solunması, o ruhun yaşanması isteği yer alır. Bunun tümünde yine merak unsuru başrolü oynamaktadır. Eski ve korunmuş mimari dokusuyla turist çeken şehirlere örnek olarak verebileceğimiz şehirler İstanbul, Roma, Paris, Kahire, Viyana gibi şehirlerdir. Bu şehirler korunmuş mimari dokularıyla turist çekerler. Berlin, New York gibi yeniden yapılan şehirler de, yeni teknoloji kullanılarak inşa edilen yapılarıyla, yeni teknolojik mimari dokusuyla bir turist çekim merkezi konumuna gelmişlerdir (Altın, 2006, s.90).

Dünya Turizm Örgütü (WTO)'nün Tourism: 2020 Vision başlıklı raporunda; yirmi birinci yüzyılda turist zevklerinde kutuplaşmalar olacağı, turistlerin bir kısmının rahatlık ve konfor ararken bir kısmının da macera peşinde koşacağı, turistlerin henüz keşfedilmemiş yerlere daha fazla yönelecekleri, uzay turizmi gibi yeni turizm türlerine, yerlerine ilgi duyacakları ve ürün geliştirme unsurlarının eğlendirici, heyecan verici ve eğitici olacağı yönünde öngörüler yer almaktadır (Akıncı, 2006, s.56).

1.2. Turizmin Önemi

Bacasız sanayi olarak da adlandırılan turizm, en hızlı gelişen ve en fazla ekonomik gelir sağlayan sektörlerden biri olup, dinamik bir yapıya sahiptir ve bir çok sektörü de içinde barındırır. Turizm, ülkeler açısından büyük önem taşımaktadır.

Turizm bir ihracat sektörüdür. Turistlerin gördükleri, yaptıkları, tecrübeleri ihrac edilir. Bunların karşılığı olarak dış ticaretten döviz ve iç ticaretten ülkenin parası gelir olarak kazanılır (Kastarlak, 2006).

Turizm istihdam sağlar. Turizm projelerinin hazırlanmasında çeşitli meslek uzmanları çalışır. Özel sektörden mimar, mühendis, inşaat müteahhiti, bankacı, mali danışman, hukuk danışmanı ve devlet sektöründen çeşitli uzman ve idareciler projelerin kabul ve tatbikatında görev alırlar. (Kastarlak, 2006).

Turizm sosyal bir olgudur. Farklı toplumlardan gelen bireylerin birbirleri ile bilgi alışverişinde bulunmaları, kültürel yapılarını daha yakından tanımaları sağlanır.

Turizm, ülkenin eğitim ve kültür seviyesini yükseltir. Yerel halkın farklı kültürleri tanımak, yeni arkadaşlıklar oluşturmak ve bölgeye gelen turistlere yardımcı olabilmek amacıyla yabancı dil öğrenme ve araştırma isteğini artırır.

Turizm olgusunu korumak ve yaşatmak amacıyla yapılan çalışmalarla kültürel değerlere sahip çıkılması ve bu değerlere gereken önemin verilmesi sağlanır.

Turizm kırsal bölgelerde çağdaşlaşmayı ve kalkınmayı hızlandırır.

Dolayısı ile, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için önem arz eden turizm, özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinde önemli bir endüstri haline gelmiştir.

1.3. Turizm Endüstrisi ve Sektörel Yapılanma

Turizm Endüstrisi, seyahat edenlerin gereksinimlerini karşılayan ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, üretimi ve pazarlanmasına katılan özel ve kamu sektörü örgütlerinin toplu üretim faaliyetlerinin bütünü olarak tanımlanabilir. Turizm Sektörü ise turizm alan ve konularında faaliyet gösteren hizmet dallarının tümü olarak adlandırılabilir. Turizm sektörünü oluşturan temel hizmet dalları ulaştırma sektörü, turistik cazibe merkezleri, kamu ve özel destek kuruluşlar ve konaklama sektörüdür.

İnsanların devamlı ikamet ettiği yerlerin dışına seyahatleri esnasında yer değiştirmek üzere kullandıkları havayolu, demiryolu, denizyolu, otobüs işletmeleri, araç kiralama şirketleri ve garajlar gibi aracı kuruluşlar ulaştırma sektörü içerisinde yer alır.

Seyahat eden kişilerin turistik seyahatin gerçekleştirileceği yere dair kararlarını etkileyen önemli unsurlar ise bölgenin turistik cazibe merkezi olma durumudur. Turistik cazibe merkezlerini oluşturan unsurlara örnek olarak yerin iklimi, coğrafi güzellikleri, müzeleri, tarihi ve arkeolojik yapısı, fuarlar, sergiler, festivaller, milli parklar, dini merkezler, alışveriş merkezleri gösterilebilir.

Turizm sektörü, hizmeti karşılamak üzere kamu ve özel kuruluşlarca desteklenmektedir. Bu kuruluşlara ulusal turizm teşkilatı, turizm dernekleri, folklor dernekleri, limanlar, garlar, turizm büroları, havaalanları, gümrük, pasaport büroları, turizm güvenlik örgütleri örnek verilebilir.

Seyahat eden insanların konaklama ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlayan konaklama birimleri sektörün önemli kısmını oluşturur. Konaklama sektörü içerisinde oteller, moteller, tatil köyleri, pansiyonlar, apart oteller, kaplıca otelleri, çiftlik evleri, hosteller, devre mülkler, kamu kuruluşları konaklama tesisleri yer almaktadır. Turizm sektörünü oluşturan temel hizmet dalları Tablo-1’de belirtilmiştir.

Tablo 1. Turizm Sektörünü Oluşturan Temel Hizmet Dalları

KONAKLAMA SEKTÖRÜ	ULAŞTIRMA SEKTÖRÜ	TURİSTİK CAZİBE MERKEZLERİ	KAMU VE ÖZEL DESTEK KURULUŞLARI
Oteller Moteller Tatil köyleri Pansiyonlar Apart oteller Kaplıca otelleri Çiftlik evleri Hosteller Devre mülkler Kamu kuruluşları konaklama tesisleri Diğer	Havayolları Denizyolları Demiryolları Otobüs işletmeleri Araç kiralama şirketleri Garajlar	İklim Coğrafi güzellikler Müzeler Tarihi ve arkeolojik yerler Fuarlar Sergiler Festivaller Milli parklar Fauna – Flora Dini merkezler Alış-veriş merkezleri	Ulusal turizm teşkilatı Turizm dernekleri Folklor dernekleri Limanlar Garlar Turizm büroları Havaalanları Gümrük Pasaport büroları Turizm güvenlik örgütleri

1.4. Turizm Konaklama Tesis Türleri

05.03.2011 tarih ve 27865 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik”e göre;

Asli Konaklama Tesisleri

Oteller; asli fonksiyonları müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme, spor ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir.

Moteller; yerleşim merkezleri dışında, karayolları güzergahı veya yakın çevrelerinde inşa edilen, motorlu araçlarıyla yolculuk yapanların konaklama, yeme-içme ve araçlarının park ihtiyaçlarını karşılayan en az on odalı tesislerdir.

Tatil köyleri; doğal güzellikler içerisinde, rahat bir konaklama yanında çeşitli spor, eğlence ve satış hizmetlerinin de sağlandığı yaygın yerleşim düzeninde, tüm cephelerinde en fazla üç katlı yapılardan oluşan ve en az seksen odalı tesislerdir. Tatil köylerinde, doğal varlıklar ile yöresel değerlerin korunmasına da özen gösterilerek nitelikli çevre düzenlemesi yapılır. Tatil köyü hudutları emniyet altına alınır, girişte kontrol ünitesi ile tesis bünyesinde otopark düzenlenir.

Pansiyonlar; yönetimi basit, yemek ihtiyacının idare tarafından sağlanabildiği veya müşterilerin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkanı bulunan, en az beş odalı tesislerdir.

Kampingler; karayolları güzergahları ve yakın çevrelerinde, deniz, göl, dağ gibi doğal güzelliği olan yerlerde kurulan ve genellikle müşterilerin kendi imkanlarıyla geceleme, yeme-içme, dinlenme, eğlence ve spor ihtiyaçlarını karşıladıkları en az on ünitelik tesislerdir.

Apart oteller; mesken olarak kullanılmaya elverişli bağımsız apartman ya da villa tipinde inşa ve tefriş edilen, müşterinin kendi yeme ve içme ihtiyacını karşılayabilmesi için gerekli teçhizat ile donatılan ve otel olarak işletilen tesislerdir. Apart oteller; belgeli bir otel veya tatil köyü veya turizm kompleksi yatırım veya

işletmesi bütünü içinde yer alabildiği gibi en az on üiteden oluşacak şekilde, bir tesis bünyesinde bulunma zorunluluğu olmadan "müstakil apart otel" adı altında müstakilen de düzenlenebilir.

Hosteller; gençlik turizmine cevap verebilecek ve yeme-içme hizmeti veren veya müşterinin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkanı olan en az on odalı tesislerdir.

2. OTEL İŞLETMELERİ

Bu bölümde sırasıyla otel işletmelerinin tanımı ve kendine özgü özellikleri, genel ve Türkiye’deki yasal sınıflandırılması ile Türkiye’de tarihsel gelişimi ele alınacaktır.

2.1. Otel İşletmesinin Tanımı

Otel, yapısı, teknik donatımı, konforu ve bakım koşulları gibi maddi; sosyal değeri, personelin hizmet kalitesi gibi moral elemanlarıyla uygar bir insanın arzu ettiği nitelikte geçici konaklama ve kısmen beslenme ihtiyaçlarını bir ücret karşılığında karşılamayı meslek olarak kabul eden ekonomik, sosyal ve disiplin altına alınmış bir işletmedir (Olalı ve Korzay, 1993, s.25).

1952 yılında Uluslararası Otel Sahipleri Birliği (UOSB), otel teriminin her ülkede aşağıdaki özelliklere sahip kuruluşlar için kullanılmasını kabul etmiştir. Otel (Olalı ve Korzay, 1993, s.23);

Yönetimiyle olduğu kadar donatımıyla da müşterilerin ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte olmalıdır.

Yalnız konaklama ihtiyacını değil, aynı zamanda beslenme ihtiyacını da karşılayabilmelidir.

Misafirleri ile kısa vadeli bir anlaşma yapan işletme olmalıdır.

Otelcilik endüstrisinin maddi ve estetik standartlarına uyma eğilimini göstermeli ve buna kendini zorunlu saymalıdır.

Hiçbir faktör onun misafir kabul etme özelliğini değiştirmemelidir.

Onun yolculara tahsis edilen odalarında sağlık koşullarına uygun olarak yerleştirilmiş banyo, lavabo ve tuvalet gibi donatım araçları bulunmalıdır.

Tesisatı ve donatımı ile konfor ve yardım isteklerine cevap verebilmelidir.

Yeter sayıda teknik ve hizmet personeline sahip olmalıdır.

2.2. Otel İşletmelerinin Özellikleri

Otel işletmeleri, turizm endüstrisinin karmaşıklığı ve çok yönlülüğü sebebiyle diğer işletmelerden ayrılmaktadır. Otel işletmelerinin başlıca özellikleri şunlardır (Kozak ve diğer., 2002, s.11):

Otel işletmelerinde üretilen mal ve hizmet dayanıksız bir yapıdadır. Bunun anlamı, otel işletmelerinin ürünü olan mal ve hizmetlerin stoklama, bekletilme gibi gelecek dönemlere aktarılma özelliğinin bulunmamasıdır. Örneğin, bir otel işletmesinin odasının stoklanma olanağı olmadığı için gününde satılması zorunluluğu ortaya çıkmaktadır.

Otel işletmelerinde üretim ve satış eşzamanlı olmaktadır. Ürettiği ürünü aracı kuruluşlarla pazarda satışını gerçekleştiren endüstriyel işletmelerden farklı olarak, otel işletmelerinde hizmeti üreten ve sunan aynı işletmedir. Hizmeti talep eden kişi, alıcısı olduğu hizmetin üretim sürecinde doğrudan bulunma ve bazı durumlarda da hizmetin üretimini kendi isteği doğrultusunda yönlendirebilme şansına sahiptir.

Otel işletmelerinde üretim büyük oranda emek gücüne bağımlıdır. Son yıllarda teknoloji ürünleri otel işletmelerinde yoğun olarak kullanılmaya başlanmış olsa bile, üretilen mal ve hizmetin niteliğinden dolayı üretim büyük oranda emek gücü ile gerçekleştirilmektedir.

Otel işletmelerinde üretim çoğunlukla hizmet ağırlıklı olarak yapılmaktadır. Her ne kadar otel işletmeleri somut mal da (örneğin yemekler, içkiler, tatlılar) ürettiyor olsalar bile, yoğun olarak hizmet ağırlıklı üretimde buldukları görülmektedir.

Otel işletmeleri günün 24 saati, haftanın 7 ve yılın 365 günü (sezonluk oteller hariç) sürekli hizmet veren işletmelerdir. Otel işletmelerinin en önemli özelliklerinden bir olan bu duruma yol açan etken insan gereksinimlerinin zamana bağlı olmayan bir çizgide yansımından kaynaklanmaktadır.

2.3. Otel işletmelerinin Sınıflandırılması

Otel işletmelerinin sınıflandırılmasında uluslararası bir standart yoktur, her ülke kendi standartlarına göre sınıflandırmalar yapabileceği gibi, pek çok araştırmacı tarafından da oteller çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulmaktadır.

2.3.1. Genel Olarak Otel İşletmelerinin Sınıflandırılması

Genel olarak otel işletmeleri aşağıda belirtildiği üzere sınıflandırılabilir (Kozak ve diğer., 2002, s.5) :

Konaklama Amacı Bakımından Otel İşletmeleri: Otel işletmesinin sunduğu konaklama hizmetinin amacına göre yapılan sınıflandırmadır. Kaplıca-Kür işletmeleri, Sayfiye İşletmeleri, Kongre Amaçlı Otel İşletmeleri, Dağ ve Spor Amaçlı Otel İşletmeleri olarak sınıflandırılır.

Faaliyet Süresi Bakımından Otel İşletmeleri: İşletmenin hizmet verdiği süre esas alınarak gruplandırma yapılmaktadır. Bu sınıflandırmada devamlı ve mevsimlik faaliyet gösteren otel işletmeleri yer almaktadır.

Buldukları Yere Göre Otel İşletmeleri: Bu sınıflandırmada otel işletmelerinin ulaştırma araçları ile bağlantılarını ve onlara olan yakınlığı göz önünde bulundurulmaktadır. Havaalanı Otelleri, İstasyon Otelleri, Kent Otelleri, Liman Otelleri olarak sınıflandırılmaktadır.

Büyüklikleri Bakımından Otel İşletmeleri: 100 ve daha az odaya sahip işletmeler küçük, 100 ile 300 arasında odaya sahip işletmeler orta, 300 ve daha fazla odaya sahip işletmeler de büyük olarak nitelendirilmektedir.

Hukuki Özellikleri Bakımından Otel İşletmeleri: Bu tür sınıflandırmada belgelendirme şekli belirleyici olmakta ve ülkelerin konu ile ilgili düzenlemeleri dikkate alınmaktadır. Türkiye’de bulunan otel işletmelerinin sınıflandırılması ve

niteliklerinin belirlenmesi Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ‘‘Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’’le düzenlenir.

Mülkiyet Durumuna Göre Otel işletmeleri: Otel işletmelerinin bir diğer sınıflandırma lt de otel işletmelerinin mülkiyet durumlarıdır. Otel işletmeleri kamu ve özel sektör işletmeleri olarak sınıflandırılmaktadır.

Sunulan Hizmet eŐidine Göre Otel İŞletmeleri: Bu sınıflandırma, otel işletmelerinin, konaklamanın yanı sıra sundukları diğer hizmet türlerine göre yapılmaktadır. Örneğin, sadece konaklama hizmeti sunan oteller ve apart oteller bu sınıflandırma içerisinde yer almaktadır. Öte yandan eğlence, dinlence, sağlık, spor ve kongre hizmetlerine dönük olarak yapılandırılmıŐ tesisler de bu sınıflandırma içerisinde değerlendirilmektedir.

Uygulanan Fiyat Düzenine Göre Otel İŞletmeleri: Bu ayırımda otel işletmelerinin müşterinin gelir durumları ön plandadır. Uygulanan fiyata göre otel işletmeleri; ucuz, orta gelir grubuna hitap eden ve lüks olmak üzere e ayrılmaktadır.

Konaklama İhtiyacına Göre Otel İŞletmeleri: Otel işletmelerinin bir diğer sınıflandırma Şekli de karşıladıkları konaklama hizmetine göredir. Burada otel işletmelerinin karşıladıkları konaklama hizmetine göre termal oteli, dağ oteli, Şehir oteli, sayfiye oteli, kongre oteli, kıyı oteli olarak sınıflandırılmaktadır.

2.3.2. Türkiye’de Otel İŞletmelerinin Sınıflandırılması

05.03.2011 tarih ve 27865 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan ‘‘Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’’te değişiklik yapılmasına dair yönetmelikte; Oteller; bir, iki, , dört ve beş yıldıızlı oteller olarak sınıflandırılır. Sınıflandırma ile otellerin sahip olması gereken ekipman ve donanımlar ortaya konulmaktadır. Oteller sahip olması gereken özelliklere aşağıda belirtildiği gibi sınıflandırılmaktadır:

Bir yıldızlı oteller ,

- a) En az on oda.
- b) Sadece yaz sezonu boyunca açık tutulan tesisler hariç olmak üzere girişte rüzgârlık, hava perdesi, döner kapı veya benzeri düzenleme.
- c) Resepsiyon ve kapasiteye yeterli lobiden oluşan, rahat oturma imkânının sağlandığı kabul holü (Yeterli büyüklükte ayrı bir oturma salonu bulunması durumunda, belirtilen imkânın lobide sağlanması şartı aranmaz.).
- d) Kahvaltı ofisi ve kahvaltı salonu (Yeterli büyüklükte oturma salonu veya lokanta bulunması durumunda bu mahaller kahvaltı verme amaçlı da kullanılabilir, yazlık tesislerde bu amaçla kullanılan salonun bir kısmı açık olabilir.).
- e) Yönetim odası.
- f) Müşterinin ineceği veya çıkacağı kat sayısının üçten fazla olması hâlinde otel kapasitesi ile orantılı müşteri asansörü.
- g) 06:00 - 24:00 saatleri arasında büfe hizmeti.
- h) İlk yardım malzeme ve gereçleri bulunan dolap.
- i) Odalarda dışarı ile doğrudan bağlantılı telefon.
- j) Oda sayısının en az yüzde yirmibeşine hizmet verebilecek sayıda resepsiyonda emanet kasası veya müşteri yatak odalarının tamamında kıymetli eşya kasası.
- k) Genel mahaller ve yatak odaları döşemelerini tamamen kaplayan halı, seramik, parke gibi nitelikli malzeme.

İki yıldızlı oteller, bir yıldızlı oteller için arananlara ilave olarak aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:

- a) İklim koşullarına göre genel mahallerde klima.
- b) Yatak katlarında kat hizmetleri için ofis veya dolap.
- c) Odalarda saç kurutma makinesi.
- d) Odalara içecek hizmeti.

Üç yıldızlı oteller, iki yıldızlı oteller için arananlara ilave olarak aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:

- a) İklim koşullarına göre odalarda klima.
- b) Yatak sayısının yüzde yirmibeşi oranında oturma imkânının, lobide ya da ayrı düzenlenmiş oturma salonunda sağlanması.
- c) İlave bir yönetim odası.
- d) Odalarda televizyon.
- e) Odalarda mini bar ile mevcut yiyecek ve içecek türlerine uygun servis malzemesi bulundurulması.
- f) Yüzme havuzu, ikinci sınıf lokanta, kafeterya veya kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde en az elli kişilik çok amaçlı salon veya toplantı salonu ünitelerinden en az bir adedi.
- g) Çamaşır yıkama ve ütüleme hizmeti.
- h) Rezervasyon işlemlerinin elektronik ortamda yapılması.
- i) Yirmidört saat büfe hizmeti.

Dört yıldızlı oteller, üç yıldızlı oteller için arananlara ilave olarak aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:

- a) Kabul holünde telefon hizmeti.
- b) Müşterilerin ineceği veya çıkacağı kat sayısının ikiden fazla olması hâlinde otelin kapasitesiyle orantılı müşteri asansörü.
- c) Odalarda ve genel mahallerde klima.
- d) Odalarda; yatak örtüsü, mini bar, kıymetli eşya kasası.
- e) 06:00 - 24:00 saatleri arasında oda servisi.
- f) Kuru temizleme ile terzi hizmeti.
- g) Her katta kat ofisi düzenlemesi (Ayrık yerleşimler şeklinde düzenlenmiş tesislerde hizmetin aksamaması kaydıyla kat ofisinin her katta bulunması zorunlu değildir.).
- h) Satış ünitesi.
- i) Çeşitli dillerde süreli yayın, kitap gibi dokümanların yer aldığı okuma mahalli.
- j) Kapasitesi yüz kişiden az olmamak kaydıyla, tesis yatak kapasitesinin en az yüzde ellisine hizmet veren asgarî ikinci sınıf lokanta.
- k) Yeterli büyüklükte bagaj odası ve bu mahalde emanet hizmeti.

l) Servis merdiveni veya asansörü (Ayrık yerleşimler şeklinde düzenlenmiş tesislerde servis merdiveni veya asansörü bulundurulmasına ilişkin esaslar Bakanlıkça belirlenir.).

m) Toplam personelin en az yüzde onbeşinin konusunda eğitim almış olması.

n) İdarî personelin konusunda eğitilmiş veya en az beş yıl deneyim sahibi olması.

o) Telefon, faks, internet bağlantılı bilgisayar gibi büro araçlarıyla donatılmış çalışma ofisi.

p) Odalara mesaj bırakabilme sistemi ya da buna yönelik hizmet verilmesi.

r) Ayrıca;

1) Kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde en az yüz kişilik çok amaçlı salon ve fuayesi,

2) Kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde en az yüz kişilik donanımı ve oturma düzeni bulunan toplantı salonu,

3) En az yüz kişi kapasiteli kabare, tiyatro, sinema etkinliklerinin yapılabileceği kapalı salon,

4) Kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşen, en az ikiyüz kişilik konferans salonu, salon ile bağlantılı simultane tercüme hizmetleri mahalli ve fuaye, sekreterlik hizmeti, fuaye veya salon ile bağlantılı en az iki çalışma odası,

5) Kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde en az yüz kişilik gece kulübü veya diskotek,

6) Kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde en az yüz kişilik bar salonu,

7) Kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde en az yüz kişilik pasta salonu,

8) Türk mutfağı mönüsü olan, servisi ve tefrişi geleneksel Türk kültürünü yansıtan, alakart hizmet verilen asgarî ikinci sınıf lokanta,

9) Diğer kültürlerin mutfaklarından birine ait mönüsü olan, servisi ve tefrişi ait olduğu kültürü yansıtan, alakart hizmet verilen asgarî ikinci sınıf lokanta,

10) En az 40 metrekare büyüklükte jimnastik salonu; Türk hamamı, buhar banyosu, kar odası, tuz odası, tuzlu buhar odası, sıcak taş odası, alarm sistemi bulunan sauna, masaj üniteleri, aletli masaj üniteleri, cilt bakım üniteleri gibi ünitelerden en az dört adedi,

11) Bowling-bilardo salonu, duvar tenisi salonu; uzman personel eşliğinde, çocuklara yönelik oynama, dinlenme alanları ve tuvaletleri bulunan çocuk bakım ve oyun odası

ile bahçesi; golf sahası, tenis kortu, spor salonu, açık spor sahası, go-kart pisti, kayak pisti veya benzeri imkânlar sağlayan ünitelerden en az dört adedi,

12) Açık yüzme havuzu,

13) Kapalı yüzme havuzu,

ünitelerinden en az üç adedi.

Beş yıldızlı oteller, yerleşme durumu, yapı, tesisat, donanım, dekorasyon ve hizmet standardı olarak üstün özellikler gösteren ve toplam personelinin en az yüzde yirmibeşi konusunda eğitim almış personelden oluşan en az yüzyirmi odalı otellerdir. Beş yıldızlı oteller, dört yıldızlı oteller için arananlara ilave olarak aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:

a) Müşterilerin ineceği veya çıkacağı kat sayısının birden fazla olması hâlinde otelin kapasitesiyle orantılı müşteri asansörü.

b) Odalarda, yatak başucunda merkezî aydınlatma düğmesi ve priz, boy aynası.

c) Odalarda, bornoz, diş temizlik kiti, tek kullanımlık terlik, dikiş kiti, ayakkabı sileceği, cilası, duş köpüğü, makyaj temizleme pamuğu, kutu kâğıt mendil, şemsiye gibi en az beş adet amblemli malzeme.

d) Banyolarda, resepsiyonla bağlantılı telefon.

e) Altı odadan az olmamak üzere, oda kapasitesinin asgarî yüzde beşi oranında bütün ürünleri içilmeyen oda düzenlemesi.

f) Beşinci fıkranın (r) bendinde belirtilen ünitelerden en az altı adedi.

g) Yirmidört saat oda servisi.

h) Garaj veya üzeri kapalı otopark, bu mahallerde yirmidört saat görevli personel.

i) Odalarda, uydu erişimli televizyon, video oynatıcı ve ücretsiz internet imkânı.

j) Bay ve bayan kuaförü.

k) Satış üniteleri.

l) Alakart hizmet verilen asgarî ikinci sınıf lokanta.

m) Müşteri ilişkileri ve danışmanlık gibi hizmetlerin, resepsiyondan ayrı bir mahalde konusunda eğitilmiş ve deneyimli personel tarafından verilmesi.

n) Kat koridorlarında resepsiyonla bağlantılı telefon.

2.3. Türkiye’de Otel İşletmelerinin Tarihsel Gelişimi

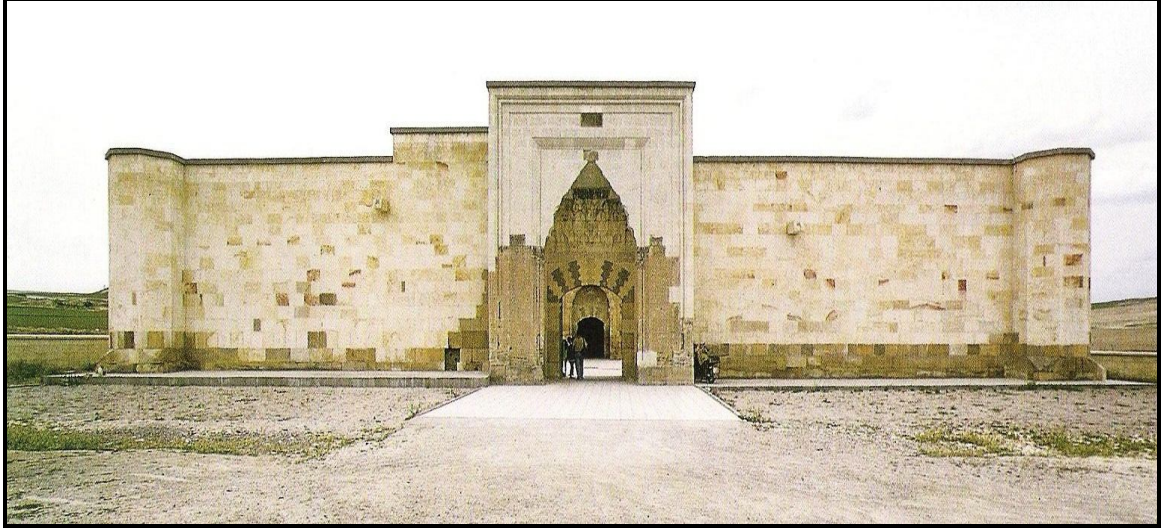
İnsanlar tarihin her çağında ticari, dini ve askeri nedenler gibi çeşitli nedenlerden ötürü seyahat etmişlerdir. Ancak, çağımızda sanayinin gelişmesi, kişi başına düşen gelirin artması, buna bağlı olarak refah düzeyinin yükselmesi, insanların boş zamanının artması turizm faaliyetlerine, ticari, dini ve askeri amaçlarla yaptıkları seyahatlerden çok farklı bir anlam vermiştir (Olalı, 1984). Ticaret, seyahat ve endüstrinin gelişimine paralel olarak zaman içinde otel endüstrisi de gelişmiştir.

Türkiye’de otelciliğin kökü hanlar, kervansaraylardan başlar. Han ve kervansarayların ilk örnekleri olarak da ribatlar kabul edilebilir. Ribatlar dini ve askeri bir müessese olarak görülür. İlk ribatların izleri bazı tarihçilerin notlarına göre VII. Yüzyıla rastlamaktadır. Kervansaraylar, İslam dünyasında kurulan ribatların devamı niteliğindedir. Kervansarayların en eski örneği olarak bilinen Ribat-ı Mahi 1019-1020 yıllarında yapılmıştır (Olalı,1984).

Kervansaraylar, ticaret yollarını işler durumda tutan en önemli yapılarıdır. Kervansaraylar, askeri önemleri dışında iki temel fonksiyonu yerine getirmek amacıyla inşa edilmişlerdir (Usal’dan aktaran Maviş, 2006, s.8) :

Kıymetli ticari mal taşıyan kervanları, sınır yakınlarındaki düşmanlardan, yağmacılardan, göçebe ve eşkıya baskınlarından korumak,
Yolcuların her türlü ihtiyaçlarını temin etmek.

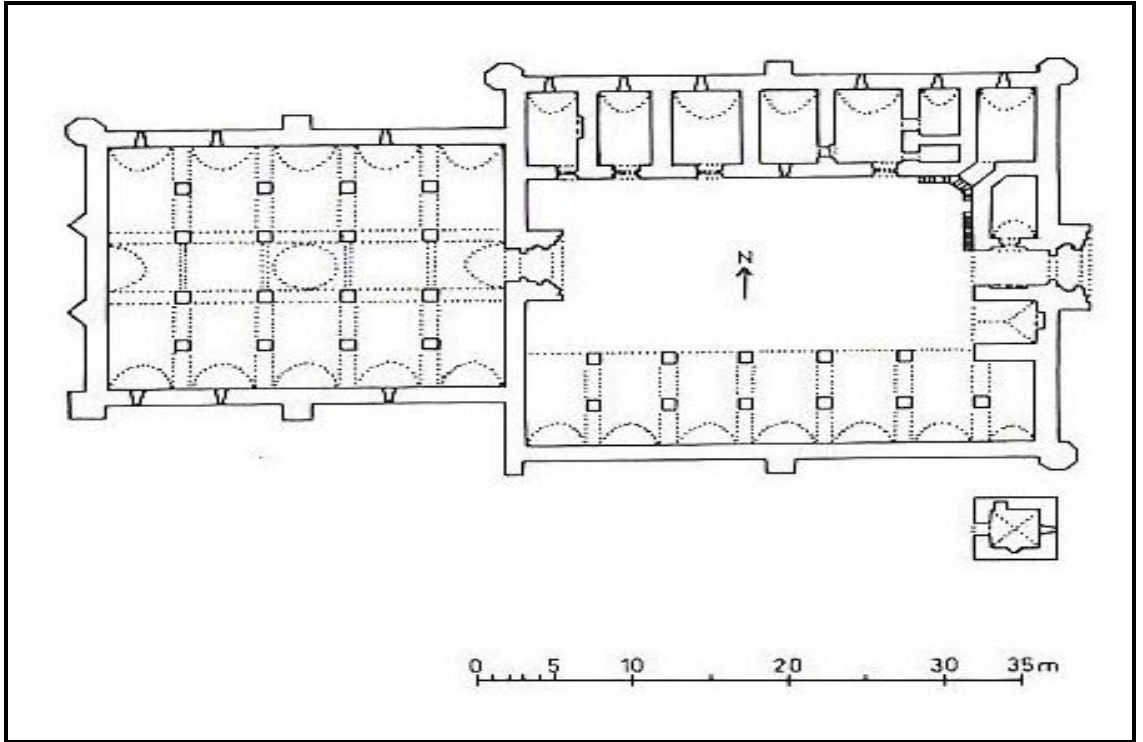
Han, kervansaray yerine de kullanılmasına rağmen mimari ve fonksiyon yönünden farklıdır. Kervansaraylar genellikle şehirler arasında olup bünyelerinde bulunan hamam, çarşı ve ahır gibi kısımlar, şehir hanlarında kısmen yahut tamamen kaybolur. Konstrüksiyon yönünden de önemli farklar vardır. İssız yollar üzerindeki kervansarayların, can ve mal emniyetini kolayca sağlayabilmeleri, müdafaa edebilmeleri için, yapılış tarzları bir kaleyi andırır. Kervansarayların şehirlere vardiktan sonra azalmaları çok normal olduğundan, şehir hanları fonksiyonel bir şekilde bu ihtiyaçlara göre mimari ve nispet değişiklikleri göstererek, kale gibi müstahkem hallerini ve büyüklük ölçülerini kaybederler (Güran,1976, s.1).



Şekil 1. Sarı Han- Nevşehir

Kaynak: Cengiz Bektaş, **Selçuklu Kervansarayları, Korunmaları ve Kullanılmaları Üzerine Bir Öneri**, Yem Yayın, 1999, s.110.

XVIII. yüzyılda yeni kervansaray yapımı azalmıştır. Sosyal nitelikli kervansaray yapımı geleneği XIX. Yüzyılda özellikle Tazminat'tan sonra terk edilmesiyle gelir sağlama amacına yönelik şehir hanlarının yapımına başlanmıştır.



Şekil 2. Han Planı, Sarı Han-Nevşehir

Kaynak: Bektaş, a.g.e., s.110

Modern anlamda ilk otel, mimar Alexander Vallaury'nin tasarladığı Pera Palace Hotel'dir. Oryantalist, art nouveau ve neo-klasik tarzların bir arada kullanıldığı mimarisiyle 1895 yılında açılışı yapılmıştır. 1 Eylül 2010 tarihinde Pera Palace Hotel restore edilerek konukları ve müdavimleriyle yeniden buluşmuştur.



Şekil 3. Pera Palace Otel-İstanbul

Kaynak: 07 Mart 2011, <http://www.perapalace.com/tr-TR/fotograf-arsivi/60.aspx>,



Şekil 4. Pera Palace Otel-İstanbul (Restorasyon Sonrası)

Kaynak: 07 Mart 2011, <http://www.perapalace.com/tr-TR/fotograf-arsivi/60.aspx>

Modern Türk Turizminin başlamasına öncülük eden batı standartlarına uygun çok işlevli, geniş programlı ilk otel 1952 yılında Amerikalı mimarlar, Skidmore, Owings ve Merrill (SOM) tarafından tasarlanan ve tasarlanmasında yerel danışmanlığını Sedad Hakkı Eldem'in yaptığı, 1955 yılında açılan İstanbul Hilton'dur. İstanbul Hilton Oteli, Hilton Otelleri'nin Amerika'dan sonra yurtdışında açılmış olan ilk örneği, Türkiye ve İstanbul'un ilk 5 yıldızlı oteli olması açısından önem taşır.



Şekil 5. Hilton Oteli -İstanbul

Kaynak: 07 Mart 2011, <http://forum.arkitera.com/showthread.php/15281-%C4%B0stanbul-Hilton-Oteli>

1985 yılından sonra Türkiye'ye turizm yatırımları için yabancı sermaye girişleri artmış, bu yıllar ve takip eden zamanda uygulanan teşviklerle, konaklama tesisi sayısı özellikle tatil amaçlı konaklama tesisi olarak çok yüksek rakamlara ve yatak kapasitelerine ulaşmıştır. 1990'lı yıllarda tatil anlayışı salt "dinlenme" kavramı olmaktan çıkmış, buna ek olarak "eğlence ve macera" kavramları da girmiştir. (Altun ve İnceoğlu, 2006, s.92).

Tüketici taleplerinde yaşanan bu değişime paralel olarak tatil amaçlı konaklama tesisleri mimari yapılarında da değişimler görülmektedir. Artan rekabet koşullarında farklılık yaratmak, yeni imaj ve hizmetler sunmak pazarda yer edinebilmek ve sektörde ayakta kalabilmek için gereklidir.

3. YÖNETİM

“Yönetim” kavramının tanımı tanımlayan kişinin bakış açısına göre değişkenlik gösterebilir. Yönetim dendiğinde bazen bir süreç anlaşılmakta, bazen bu sürecin unsurları olan organlar –kişi veya grup- anlaşılmakta, bazen de yönetim belirli bir bilgi topluluğu olarak ele alınarak bunun yöneticilerin karar verme ve önderlik gibi faaliyetlerinde nasıl kullanılabileceği üzerinde durulmaktadır (Koçel, 2010, s.58). Bu bölümde yönetim kavramı bir süreç olarak ele alınmaktadır.

3.1. Yönetim Kavramı

Yönetim, işletmelerin önceden belirlenmiş hedeflere ulaşmasında; karlılığı ve müşteri memnuniyetini maksimum kılmak, çalışanların hedefleri ile işletmenin hedeflerini bir noktada bütünleştirerek, çalışanın motivasyonunu artırmak ve işletmeye sosyal ve ekonomik çevrede olumlu bir imaj oluşturmak amacıyla faaliyetlerin planlanması, organize edilmesi, yöneltilmesi, koordinasyonu ve denetimi ile ilgili olarak yapılan faaliyetler bütünüdür (Şener, 1997, s.3).

Yönetim “başkaları ile birlikte ve onlar vasıtasıyla amaçlara ulaşmaya çalışma” olarak da tanımlanabilir.“Başkaları vasıtasıyla işgörme” tanımına daha yakından bakılırsa teknik, beşeri ve kavramsal olmak üzere üç boyutu olan bir faaliyetler topluluğudur (Luthans’dan aktaran Koçel, 2010, s.62).

Teknik boyut yöneticinin fonksiyonel uzmanlık alanını ifade etmektedir. Her yönetici muhasebe, mühendislik, pazarlama, finans, araştırma-geliştirme gibi belirli bir dalda uzmanlık bilgisine sahiptir. Böyle bir uzmanlığın, özellikle organizasyonun alt yönetim kademelerindeki önemi açıktır.

Beşeri boyut insan unsuru ile ilgilidir. Her yönetici, özellikle kademeler yükseldikçe, sorunları kendi sahip olduğu teknik bilgiyi bizzat uygulayarak çözmek yerine, başkalarının faaliyetlerini planlayarak, yönlendirerek, koordine ederek ve kontrol

ederek, bunların gayretleri ile çözmeye başlamaktadır. Yani başkaları ile sonuçlara ulaşmaya çalışmaktadır. Dolayısıyla beşeri unsur önem kazanmaktadır.

Kavramsal boyut ise yöneticinin organizasyonun tamamını, bir bütün olarak görebilmesini ifade etmektedir.

“Yönetim” disiplinler arası bir nitelik taşıdığı bilinmektedir. Bu nedenle yöneticiler çeşitli disiplinlerden alınan değişik kavram, araç ve teknikleri kullanmaktadır. Bu niteliği nedeniyle yönetim “eklektik” bir disiplin olarak kabul edilmektedir. Sosyoloji, Psikoloji, Sosyal Psikoloji, Matematik, Antropoloji, Fizik, Biyoloji, Kimya ve İstatistik gibi disiplinlerden alınan çeşitli kavram ve teknikler “yönetim” disiplininin ana kavramları olarak kullanılır (Koçel, 2010, s.135).

3.2. Yönetim İşlevleri

Her işletme üretimini arttırmak, ürettiği ürünün kalitesini yükseltmek, üretim maliyetlerini düşürmek çabasıdadır. İşletmeden sorumlu her yönetici ürettiği ürünler farklı da olsa temelde yönetsel faaliyetlerinde ortak bir noktaları vardır. Yönetim işlevleri olarak adlandırılan bu faaliyetler, planlama, örgütleme, yöneltme, eşgüdüm ve denetlemedir.

3.2.1. Planlama

Planlama, yöneticilerin gelecekte neyi ve nasıl elde edeceklerini belirlemelerine yardımcı olan bir süreç ve gelecek için sistematik bir hazırlıktır. Planlama faaliyetinde aşağıdaki (5n1k) sorulara cevap aranmaktadır (Kozak ve diğer., 2002, s.25):

Ne yapılacaktır? İşletmenin faaliyete geçmeden önce ne yapacağına karar vermesi gerekmektedir. Burada, amaçların ortaya konulmasından söz edilmektedir.

Nasıl yapılacaktır? Planlamada işlerin yapılma tarzının (yöntemin) ortaya konulması gerekir. Bu nedenle öncelikle, amaçlara ulaşmak için işlerin, faaliyetlerin, projelerin ve programların kararlaştırılması gerekmektedir.

Ne zaman yapılacaktır? Planlama ile ne zaman hangi işlerin yapılacağı saptanmaktadır.

Neden yapılacaktır? İşletme içerisinde yürütülen çeşitli faaliyetlerin nede yapılması gerektiği ya da hangi ihtiyaçlardan doğduğunun cevabının arandığı bir aşamadır.

Kim yapacaktır? İşletmenin amaçlarına ulaşmasını sağlayacak yönetici ve çalışan gruplarının kimlerden oluşacağına cevap aranır.

Planlama faaliyeti birbirini izleyen bir dizi alt faaliyetlerden oluşur. Dolayısıyla planlama da bir süreç olarak ele alınabilir (Koçel, 2010, s.129):

Planlama sürecinin başlangıç aşaması misyon açıklamaları ve vizyon tanımlamasıdır. İşletmelerin varlık nedenlerini açıklamaları veya ne tür bir işletme olarak kendilerini görmek istediklerini belirtmeleri işletmelerin “misyon açıklamaları” olarak bilinmektedir. İşletme misyon açıklaması yaparken, işletmenin genel felsefesi ve iş yapma felsefesi, işletmenin kendisini nasıl gördüğü, hangi müşteri kitlesi veya hizmetlerin neler olduğu, kullanılacak temel teknolojiler, büyüme ve karlılık konusundaki düşünceleri, genel olarak vermek istediği imajın belirtilmiş olması gerekmektedir. Vizyon, işletme ile ilgili olarak hayal edilen gelecektir.

Vizyon ve misyon açıklamalarından sonraki aşama amaç ve hedeflerin belirlenmesidir. Yıl sonu itibariyle ulaşılmak istenen satış miktarı, satış tutarı, pazar payı, bilanço hesapları, üretim miktarı gibi belirli bir zaman sürecinde tanımlanan hedeflerin karara bağlanmasıdır.

Amaçlar ortaya konulduktan sonra bu amaca ulaşmak üzere alternatif yollar belirlenir. Nasıl ve ne yaparak bu amaçlara ulaşılabilecektir? Yaratıcı olma, mevcut ve daha önce kullanılmış yollardan farklı bir yol bulabilme, riski az olan, rakiplere oranla işletmeye avantaj sağlayacak yollar bulunmaya çalışılır.

Planlamanın son aşaması belirlenmiş hedeflere ulaştıracak en uygun alternatifi seçme işidir. Seçim yapma, işletmenin kaynaklarının, nasıl, ne yaparak kullanılacağına belirlenmesi işidir.

Planlar tekrar edilme durumlarına göre, tek kullanımlı ya da sürekli planlar; kapsadıkları zaman açısından orta, uzun, kısa vadeli planlar; teknik yapılarına göre değişmez ya da değişken planlar ve benzeri ayrımlar görülebilir. Organizasyon kademelerine göre planlar, stratejik, taktiksel ve operasyonel planlar olarak sınıflandırılabilir.

Stratejik Planlar, üst kademe yöneticiler tarafından işletme içinden ve işletme dışından sağlanan bilgilerle geleceği öngörerek işletmenin uzun vadeli hedeflerini ve buna ulaşma yollarını ortaya koyan planlardır. Yeni ürün geliştirilmesi, yeni pazarların araştırılması, pazarda yer alan fırsatların ortaya konulması gibi yapısı net çizilemeyen planlardır.

Taktiksel Planlar, işletme yönetiminin geniş bir kısmını oluşturan orta kademe yöneticiler tarafından alınan bir aylık, üç aylık, bir yıllık gibi uzun süreli planları kapsar. Yapılan planlar işletmenin iç çevresiyle olduğu kadar dış çevresi ile de yakından ilişkili olduğu için, değişen koşullara göre esnektir.

Operasyonel Planlar, alt kademe yöneticileri tarafından uygulanmak üzere, işletmenin iç çevresine yönelik, günlük, haftalık çizelgelerle, iyi tanımlanmış, ayrıntılı ve dar kapsamlı planlardır.

3.2.2. Örgütlenme (Organizasyon)

Örgütlenme, organizasyon yapısının oluşturulması ile ilgili faaliyetler topluluğunu, bir süreci ifade eder. Bu süreç faaliyetleri anlamlı ve etkili bir şekilde gruplamak, bu grupları belirli örgüt kademe ve mevkileri haline getirmek ve bu mevkilere işgörenleri atamak safhalarını içerir (Koçel, 2010, s.179).

Başka bir tanımla örgütlenme, bir amacı gerçekleştirmek, işi yapacak bireyleri tesbit etmek, üretim için gerekli araç-gereç ve yöntemleri belirlemek ve amaca ulaştıracak yapıyı kurma eylemlerinin saptanması gibi özellikleri taşıyan bir süreçtir (Maviş, 2006, s.156).

Örgütlemelerde tarifler vardır, bir işletmede işin ve işgörenin özelliklerine ve işletme amaçlarına uygun olarak ne kadar çok tarif varsa, ölçüyü kaçırmamak koşuluyla işletmenin o kadar organize olduğu söylenilebilir. Bazı işletmelerde ve durumlarda ayrıntılı ve çok tarif gerekirken , bazılarında çok az tarif, daha çok kişisel inisiyatif gerekebilir (Koçel, 2010, s.179). Örnek olarak, otel işletmesinde organizasyon yapısında yer alan kat hizmetleri yöneticisine ait geliştirilmiş olan iş tanımı Tablo-2’de gösterilmiştir.

Örgüt modelleri genel olarak dikey ve yatay olmak üzere iki ana başlık altında incelemek mümkündür. Ayrıca amaçsal, işlevsel, süreçsel, destekli amaçsal, bölgesel ve matriks olmak üzere sınıflandırılabilir (Maviş, 2006, s.150)

Dikey örgüt modelinde, belirli bir kişinin yönetiminde örgütsel kademelerin yukarıdan aşağıya doğru aşamalı bir şekilde birbirinin yönetimi altında oluşu ya da en alttan üst kademeye doğru zincirleme yükselen bir örgüt modelidir. Dikey örgütlenmeye hiyerarşik örgütlenme ya da hat tipi örgütlenme de denir. Çok sayıda personelin çalıştığı kuruluşlarda, personelin çalışmalarını gruplandırmak ve bir disiplin içinde amaca uygun olarak yönetmek için ve otoritenin belli kişilerde toplanmasında zorunluluk olan durumlarda dikey örgütlenme iyi bir örgütlenme biçimidir.

Yatay örgütlenmede görevler göz önünde tutulmakta ve uzmanlık önemli bir rol oynamaktadır. Dikey örgütlenmedeki gibi katı bir hiyerarşi yoktur. Önemli olan görevin etkili bir biçimde yerine getirilmesidir. Bu tür örgütlenmede emirler bir üst amirden değil, işlerin gereklerine göre ilgililerden alınabilmektedir. Yatay örgüt modelinin en önemli üstünlüğü işbölümünün sağlanması, yetki ve sorumlulukların belirlenerek bunlardan doğacak sorumlulukların paylaşılmasıdır. Modelin göze çarpan en önemli sakıncası ise birimler arasında koordinasyon ve denetimi sağlamada karşılaşılan güçlüklerdir.

Tablo 2. Otel İşletmesinde Örnek İş Tanımı

İş tanımı	
1. Unvanı	Kat hizmetleri yöneticisi
2. Departmanı	Kat hizmetleri
3. Bağlı olduğu birim	Gn. müdür veya Gn. Md. yardımcısı
4. Sorumlulukları	Bölüm personelinin eğitimi, otel malzemeleri ve donanımını bakımı ve koruması, görev alanı içerisindeki işleri zamanında tamamlanması, departmanın yönetimi.
5. Çalışma koşulları	Orta veya büyük otel işletmelerinde orta kademe yönetimi, geniş ve dağınık bir iş alanı.
6. Görev tanımı	<p>Bölümündeki çalışanları yönetir, eğitir, motive eder ve destekler.</p> <p>Kat hizmetleri personelini denetler.</p> <p>Kat hizmetleri departmanı ile diğer bölümler arasındaki koordinasyonu sağlar.</p> <p>Departmanındaki malzeme, zaman, enerji ve işgücü planlamasını yapar.</p> <p>Departmanındaki personel için eğitim programları düzenler.</p> <p>Departmanı ile ilgili iş programları yapar.</p> <p>Departmanının bütçesini hazırlar.</p> <p>Personel üniformaları ile ilgilenir.</p> <p>Personeli ile ilgili ceza ve terfileri personel müdürlüğüne bildirir.</p> <p>Genel müdürlüğün vereceği emirleri yerine getirir.</p> <p>Bölümündeki her pozisyon için görev tanımları oluşturur ve mevcutları gerektiğinde revize eder.</p> <p>Bölüm içi iletişim toplantıları düzenler.</p> <p>Yangın ve güvenlik talimatlarını bilir ve uygular.</p> <p>Personelin iş güvenliği ve işçi sağlığına uygun koşullarda çalışmasını sağlar.</p>
7. İş gerekleri	<p>Yabancı dil bilgisi</p> <p>En az 5 yıllık mesleki tecrübe</p> <p>İlgili bir lise ya da yüksek okul diploması</p> <p>İyi beşeri ilişkiler kurabilme</p> <p>Yöneticilik yeteneği</p> <p>Sakin ve hoşgörülü bir kişilik</p> <p>Mesleki konuda teknik bilgi</p>

Kaynak: Meryem A.Kozak, Murat Emeksiz, Ed. Nazmi Kozak, “Otel işletmelerinde Konaklama Hizmetleri”, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2002, s:16)

3.2.3. Yönelme (Kumanda Etme)

Örgütlenme fonksiyonu sayesinde emir-komuta ilişkisi kurulmakta, sorumlular belirlenmekte ve görev paylaşımı yapılmaktadır. Bu aşamadan sonra sıra, faaliyetlerin gerçekleştirilmesine gelmektedir. İşte bu noktada yönelme fonksiyonu devreye girmektedir. Yönelmenin gerçekleştirilmesi için emir verme son derece önemlidir. İnsanların tatmin olmuş bir biçimde çalışmaları, devir oranının ve devamsızlıkların azalmasında etkili olacağı gibi personelin örgüt kültürünü benimseyerek kendilerine ait oldukları örgüte adanmalarında son derece önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle personelin yeterli düzeyde motivasyonu kişisel başarının ve dolayısıyla örgüt amaçlarına ulaşmada başarılı olmanın temel koşullarından biridir. (Kozak ve diğer., 2002, s.42).

Fayol, yönelmeyle eşanlamli olarak kullanılan kumanda etmeyi şöyle tanımlamaktadır: “kumanda etmek personeli çalıştırmaktır.” Fayol’a göre kumanda fonksiyonu birim yöneticileri tarafından yerine getirilir ve her yönetici kendi biriminden sorumludur. Birim yöneticileri, kendi sorumluluğundaki çalışanları örgütün amaçları doğrultusunda verimli çalıştırmakla yükümlüdür (Şengül, 2007, s.266).

Emir-komuta hiyerarşisinde bir yönelme tekniği olarak emir, belirli koşullar altında bir üstün astından faaliyete geçmesini isteme veya durdurma talebidir. Yönelme özü bakımından tek yanli ve yukarıdan aşağıya doğru işleyen bir fonksiyondur.

Yöneticilerin çalıştıkları insanları işletme amaçları doğrultusunda yönlendirmeleri onları harekete geçirme açısından önemlidir. Bu amaçla yararlanılan araçlar ise güdüleme, grup çalışması, liderlik, emir verme, disiplin ve iletişim olarak sıralanabilmektedir (Kozak ve diğer., 2002, s.42).

3.3.4. Eşgüdüm (Koordine Etme)

Düzenleştirme, eşgüdüleme veya uyumlaştırma olarak da bilinen koordinasyon; işletmeyi oluşturan tüm unsurların çabalarını birleştirerek uyumlu, ahenkli ve düzenli

bir şekilde istenilen amaca ulaşmak için güçlerini bütünleştirmelerini sağlayan bir yönetim fonksiyonudur (Kozak ve diğer., 2002, s.44).

Fayol'a göre "Koordine etmek, bütün çabaları ve bütün işlemleri uyumlaştırmak, birleştirmek ve birbirine bağlamaktır" Diğer bir ifadeyle koordine etmek, araçları araçlara uygun hale getirmektir. Fayol bir örgütte sosyal ve maddi düzenin sağlanmasında program yapmanın ve örgütlenmenin yeterli olmayacağını belirterek iyi bir koordinasyonun gerekliliğine işaret etmektedir. Örgütte koordinasyonun sağlanmasında temel araçlardan birisi bütün birim yöneticilerin katıldığı toplantılardır. Birim yöneticilerin katıldığı toplantılar, kumanda faaliyetine katkı sağlamaktadır. Ayrıca bu toplantılarda yükselen, inen yatay bilgi akışları gerçekleştiğinden örgütün işleyişinde koordinasyonun sağlanması mümkün hale gelmektedir (Şengül, 2007, s.266).

3.3.5. Denetim (Kontrol Etme)

TDK denetlemeyi, "bir işin doğru ve yönetime uygun olarak yapılıp yapılmadığını incelemek, murakabe etmek, teftiş etmek, kontrol etmek" şeklinde tanımlamaktadır.

Denetim, gerçekleştirilen faaliyetlerin plan standartlarına uygun olup olmadığının ölçülmesi, farklılıkların belirlenmesi halinde bunların nedenlerinin araştırılması, düzeltici önlemlerin alınması , sonuçların değerlendirilmesi işlemlerinin tümüdür (Kenger, 2001).

"Her şeyin verilen emirlere ve varolan kurallara uygun şekilde olmasını gözetlemek" diye tanımlayan Fayol'a göre kontrol fonksiyonunun amacı, örgütün işleyişindeki hata ve eksiklikleri ortaya çıkararak tamir etmek ve bir daha yapılmasının önüne geçmektir (Şengül, 2007,s.266).

Kontrol fonksiyonunun yürütülmesi için bir sürecin çalıştırılması gerekir. Bu süreçte yer alan aşamalar şöyle sıralanabilir (Kozak ve diğer., 2002, s.44) :

Standartların Oluşturulması; Kontrol s¼recinin ilk aşamasında, planlamada olduğu gibi, amaçlar ve standartlar oluşturulmalıdır. Bu aşama, bir anlamda ileriye destek verici kontrol¼n bir parçasıdır. Bazı durumlarda ise her ne kadar hedeflere ulaşılıyor olsa bile yeni standartların oluşturulması gerekmektedir.

Gerçekleşen Performansın Belirlenmesi; Birçok işletmede, niceliksel performansın değerlendirilmesine yönelik g¼nl¼k, haftalık veya aylık resmi raporlar hazırlanmaktadır. Bu raporların kontrol s¼recinin ilk aşamasını oluşturan standartları karşılaması arzu edilmektedir. Ancak, çoğu yönetici sadece hazırlanmış olan rapordaki niceliksel ölç¼mlerle sınırlı kalmayıp işletme içinde gözlem yapmayı tercih etmektedir. Böylece daha ayrıntılı bir fikir edinmeyi amaçlamaktadır.

Belirlenen Performansın Standartlarla Karşılaştırılması; Gerçekleşen performans daha önce belirlenmiş olan standartlarla karşılaştırıldığında, önemli sapmalar gözlemlenirse, düzeltici önlemler alınmalıdır.

Düzeltilici Faaliyetlerin Gerçekleştirilmesi; Düzeltici faaliyetler, örg¼tsel performansın belirlenmiş olan performans standartlarının yükseltilmesi için gerçekleştirilen yönetsel faaliyetleri ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle, düzeltici faaliyetler örg¼tsel performansı etkileyen örg¼tsel hataları ortadan kaldırmaya odaklanmaktadır.

İşletme içerisinde çeşitli kontroller de söz konudur. Kontrol¼n gerçekleştirildiği alanlara insan kaynakları birimince gerçekleştirilen personel denetimi, finans alanında gerçekleştirilen mali denetim, muhasebe departmanınca stok denetimi ve kullanılan araç gereçlerin denetimi örnek verilebilir.

4. MİMARİ YAPI ve OTEL TASARIMI

4.1. Mimari Tasarım ve Mimari Yapı Kavramı

Tasarım, yaratılmak istenen bir ürünün zihinde canlandırılması (imaging), ortaya konulması (presenting) ve denenmesi (testing) süreçlerinden oluşan zihinsel bir faaliyettir (Zeisel, J., 1984, s.16).

Mimari tasarım, gereksinimleri karşılamak üzere saptanan işlevleri yerine getirecek olan yapı bütünü, onun kurgusunda yer alan tüm öğelerin ve çevresinin kavramsal, işlevsel, biçimsel, strüktürel ve eylemsel özelliklerinin ve niteliklerinin yorumlanması, belirlenmesi ve belgelenmesi işlemidir (İzgi, 1999).

Mimarlık özel bir yapı eylemidir. Mimari yapı insanı içine alarak, onu evrensel boşluktan koparan bir boşluk parçası belirler. Yaratılan mekanlar kullanıcının hareketleriyle belirlenir. Kullanıcı hareketleri sadece yapı içinde bir yerden başka bir yere gitmek şeklinde değil, aynı zamanda içerdeki insanın bakışıyla yapı sınırlarına doğru uzanan görsel bir harekettir (Kuban, 1992, s.15).

4.1.1. Mimari Yapı Tasarım Süreci

Genel olarak mimari tasarım süreci dört aşamadan oluşmaktadır (Arcan ve Evcı, 1999) :

Bilgi Toplama, tasarlanılması düşünülen ürüne dair araştırmaların yapılması, bilgilerin toplanılması, sınıflandırılması ve bu bilgileri özetleyerek kullanılabilir hale getirilmesi aşamalarını kapsar.

Çözümleme, problemin ortaya konularak bileşenlerine ayrılması, işlev şemalarının, yapı ihtiyaç programlarının oluşturulması ve fonksiyon şemalarının belirlenmesi aşamasıdır.

Birleşim, çözümlene ile bileşenlerine ayrılan bütün, bu aşamada ayrılan bileşenlerine dair tutarlı çözümlerle yeniden oluşturulmaya çalışılır. Bileşenlerin çözümüne etki eden faktörler arasında yapı tekniklerindeki değişimler, yapının içinde gerçekleşen aktivitelerdeki değişimler, işletme yapısındaki değişiklikler, estetik kabullerde değişimler söylenebilir. Mimarın hayal gücü ve yaratıcılığını edindiği bilgi ve tecrübelerinden yararlanarak ön proje ve etüd çalışmalarını oluşturan aşamadır.

Değerlendirme, tasarım süreci içerisinde geliştirilen alternatifler içerisinde uygulama için en uygun olanı seçme, karar verme aşamasıdır.

4.1.2. Mimari Yapı Tasarımında Değerlendirme Ölçütleri

Tasarlanan mimari yapının kullanıcılar açısından uygunluğunun değerlendirilmesi önemlidir. Değerlendirme kriterleri genel olarak aşağıda belirtilmiştir. Bu kriterlerden bir veya bir kaçında karşılaşılabilecek uyumsuzluk tasarlanan projede revizyona gidilmesi sebebidir (Can, 2004, s.29).

1. İşlevsel Koşullara Uygunluk: Tasarlanan mekanın kullanım amacına göre mekan içinde yer alan eylemlere ve insanın davranışlarına uygunluğunun araştırılmasıdır.
2. Olumlu İletişim Koşullarına Uygunluk: Mekan içinde ve mekanlar arası iletişim ve bağlantıların görsel, işitsel ve olumlu iletişimsel koşullara uygunluğu.
3. Kullanıcı İsteklerine Uygunluk: Mekanı kullanacak kişilerin, kişisel isteklerine göre mekansal özelliklerin uygunluğu.
4. Sağlık ve Konfor Koşullarına Uygunluk: Mekanın insan sağlığını korumaya yönelik fiziki koşullarının insan sağlığı ve konfor açılarından uygunluğunun incelenmesi
5. Estetik Koşullara Uygunluk: Mekanın yaşanabilir, hoşlanabilir olması için uyumlu görsel ve estetik koşullara uygunluğu.

6. Çevrenin Yeniden Düzenleme Koşullarına Uygunluğu: Tasarlanan mekanın zamana açık olarak gelişen yeni işlevlere göre öncelikle iç mekan düzeni açısından esneklik değiştirilebilirlik koşullarına uygunluğunun araştırılması.

7. Ekonomik Koşullara Uygunluk: Ekonomik kararlar açısından, tasarlanan mekanın, yapım ve kullanım maliyetlerinin ekonomik koşullara uygunluğunun araştırılmasıdır.

4.2. Turizm Tesisleri ve Genel Nitelikleri

21.06.2005 tarih ve 25852 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik”e göre; turizm tesisleri, turizm yatırımı kapsamında bulunan veya turizm işletmesi faaliyetinin yapıldığı tesisleri ve bunların ayrıntıları ile tamamlayıcı unsurlarını ifade eder. Bu tesislerin; asgari nitelikler, kapasite, fiziki özellikler, kullanılan malzeme standardı, işletme ve hizmet kalitesi ile personelin nitelikleri ve eğitim düzeyi gibi ölçütlere göre sınıflandırılarak, tür ve sınıfları belirlenir.

Turizm tesislerinin genel nitelikleri aşağıda belirtilmiştir.

1. Yerleşme Özellikleri ile Mahallerin Düzenlenmesi

Tesisler; yapı ve dekorasyon olarak yöre, çevre ve doğa ile uyumlu, pazarlama ve işletmenin gereklerini sağlayabilecek şekilde öngörülen fonksiyonlara ve ölçülere uygun, nitelikli malzeme ile tefriş, dekore edilerek donatılmış mekanlarda gerçekleştirilir. Yapının tamamı belge kapsamında değil ise; belge kapsamı dışındaki yerlerin müşteriye rahatsız etmeyen bir kullanımda olması, görünüşü bozmaması ve belgeli kısımlardan ayrılması, belge kapsamındaki yerin ise ayrı bir girişinin olması gerekir.

Bahçesi olan tesislerde, bahçeler özenle ve çevrenin doğal yapısıyla uyumlu olarak düzenlenir, yeterince aydınlatılır ve sürekli bakımları sağlanır.

Genel mahallerde, kadın ve erkek müşteriler için ihtiyacı karşılayacak sayıda tuvalet ve lavabo bulundurulur.

Tesisin bütün mekanlarında yeterli doğal veya mekanik havalandırma bulunur. Çiftlik evi ve köy evi hariç olmak üzere yıl boyu açık tesisler ile sadece kış aylarında açık tutulan tesisler merkezi sistemle ısıtılır. Yeterli kapasitedeki klima sistemleri de bu amaç için kullanılabilir. Yazlık işletmeler, geçici ve kısmi ihtiyaçlar için elektrikli veya benzeri uygun sistemlerle ısıtılabilir.

Tesislerde, devamlı ve yeterli basınçta sıcak ve soğuk su bulunur. Şehir şebekesi haricinde temin edilen sular için otomatik klorlama ve arıtma tesisatı yapılır.

Dış ve çevre aydınlatmaları, müşterileri rahatsız etmeyecek ve doğal yaşamın etkilenmesini önleyecek şekilde düzenlenir. Toplam kapasitesi yüz yatağın veya yüz kuverin üzerinde olan tesislerde kapasiteye uygun jeneratör bulundurulur.

2. Güzellik ve Estetik Amaçlı Düzenlemeler

Tesisin isminde güzellik, estetik ve fiziksel bakım üniteleriyle ilgili terimlerin kullanılmasına ilişkin, tesis kapasitesinde jimnastik salonu, alarm sistemi bulunan sauna, Türk hamamı, buhar banyosu, kar odası, tuz odası, tuzlu buhar odası, sıcak taş odası, masaj üniteleri, aletli masaj üniteleri, cilt bakım üniteleri, ısıtmalı havuz gibi ünitelerden en az beş adedinin bulunması ve bu hizmetlerin konusunda eğitim almış personel tarafından verilmesi gerekmektedir.

3. Personel Nitelikleri

Turizm tesislerinde görevli personelin hizmet standardını yükseltmek amacıyla eğitim için gerekli önlemler işveren tarafından alınır ve uygulanır. Turizm işletmeleri personeli, çalışmalarını sırasında işlerine ve görev mahallerine uygun, özel ve temiz kıyafet giyerler. Doktor ve hemşire hizmeti bulunmayan işletmelerde, ilk yardım konusunda sertifikalı personel çalıştırılır.

4. Tanıtım, Bilgilendirme ve Fiyat Tarifeleri

Tesis tanıtımında tüketici hakları açısından doğru bilgilere yer verilir, ülke turizmini zedeleyecek ya da yanıltıcı olabilecek tanıtımlarda bulunulamaz.

Onaylı fiyat tarifeleri, müşteri profiline göre belirlenecek dillerde gerektiğinde müşteriye verilmek üzere hazır bulundurulur. Konaklama tesisleri, oda ve yatak fiyatlarını müşterinin kolayca görüp okuyabileceği şekilde teşhir eder. Yeme-içme ve eğlence tesislerinde uygulanan fiyatlar liste halinde müşteriye sunulur. Bu hal, onaylı tarifelerin istendiği takdirde müşteriye verilmesi gereğini ortadan kaldırmaz. Fiyat listelerinde şikayetlerin yapılacağı mercilerin adres, telefon numaraları ve elektronik posta adresleri belirtilir.

5. Sağlık, Temizlik ve Çevre Korunmasına Yönelik Önlemler

Turizm tesislerinde, her türlü tesisatın tasarımında, kullanılan yapı malzemelerinin seçiminde, suyun temizliğinde ve klorlanmasında, yiyecek-içecek maddelerinin hazırlanmasında, depolanmasında ve saklanmasında hijyen ve sağlık kurallarına uyulur. Açık büfelerde yiyeceklerin bozulmasını engelleyecek soğutucu ve ısıtıcı gibi düzenlemeler bulunur. Tesislerde turist sağlığını tehdit eden hastalıkların oluşmasını önleyecek gerekli önlemler alınır. Kapasitesi beş yüz yatak ve üzerinde olan konaklama tesislerinde sürekli doktor hizmeti bulunur, sürekli hemşire bulundurulur, ayrıca revir düzenlemesi yapılır.

Tesislerin temizlik ve bakımları düzenli olarak yapılır. Meydana gelebilecek arızaların en kısa zamanda giderilmesi için gerekli önlemler alınır.

Tesislerde havuz, yatak odası banyoları gibi ünitelerde termo mineral su, mineralli su, deniz kaynaklı su, çamur, gaz gibi doğal unsurların tedavi amacı olmaksızın kullanılması durumunda, ilgili idaresinden alınan bu kullanımın sakıncalı olmadığına ilişkin yazı ile başvurulur.

Turizm tesisleri; doğal varlıklar, biyolojik çeşitlilik, sosyal, kültürel ve tarihi değerler ile yöresel değerlerin koruma, kullanma dengeleri ve turizm kaynaklarının sürdürülebilirliği gözetilerek işletilir. Tesisler, atıklarının çevreye zarar vermesini önleyecek gerekli önlemleri alır. Atık sular ilgili mevzuatta belirtilen parametre ve standartlara uygun olarak arıtılmadan hiçbir şekilde açığa, akarsulara, göllere veya denize akıtılamaz. Katı atıklar; akarsular, göller, denizler ve benzeri alıcı ortamlar ile çevrenin olumsuz yönde etkilenmesine neden olacak yerlere bırakılamaz. Katı atıklarla ilgili yönetmeliklere uygun olarak; belediye sınırları içerisinde bulunan tesisler, çöplerin belediyece toplanmasına kadar geçecek süre içinde bunların muhafazası için, belediye sınırları dışında yer alan tesisler ise çöplerin koku, pislik ve haşarat yapmayacak biçimde muhafazası ve sağlıklı yöntemlerle bertarafı için gerekli önlemleri alırlar. Yiyecek ve içecekler, bozulmalarını önleyecek biçimde, uygun ısıda muhafaza edilir. Bu amaçla düzenlenen soğuk saklama depolarında kapılar içeriden anahtarsız açılabilir ve bir alarm düzeni olacak şekilde düzenlenir.

4.3. Asli Konaklama Tesislerinin Genel Nitelikleri

21.06.2005 tarih ve 25852 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik”e göre asli konaklama tesislerinin genel nitelikleri aşağıda belirtilmiştir.

4.3.1. Konaklama Tesislerinde Yatak Odaları

Yatak odaları; tefriş ve dekorasyonu sağlandıktan sonra, rahat kullanım imkanı verebilecek şekilde ve banyolu olarak düzenlenir. Tek veya iki kişilik olarak düzenlenebilen odalara sadece müşterilerin talebi halinde ilave yatak konulabilir. Odalar teknik normlara uygun olarak; yatak, genel aydınlatma ve gece lambası, tuvalet masası ve aynası, bagaj yeri ve elbise dolabı, oturma yeri veya grubu, perde ve halı gibi tesisin tür ve sınıfına uygun malzemelerle tefriş ve dekore edilir. Güvenlik için müşteri yatak odası kapı arkalarında ayrıca sürgü gibi ilave kilit

sistemi düzenlenir. Banyolarda duş teknesi, küvet gibi suyun yayılımını engelleyici önlemler alınır.

Oteller, butik oteller ve tatil köyleri odalarının tümü suit şeklinde düzenlenebilir. Diğer asli konaklama tesislerinde ise; apart üniteler dışındaki oda sayısının yüzde yirmibeşinden fazla sayıda suit oda yapılamaz. Dört ve beş yıldızlı oteller, butik oteller ile tatil köylerindeki suit odaların tümünde, bir, iki ve üç yıldızlı otellerde ise apart üniteler dışındaki toplam oda sayısının en fazla yüzde yirmibeşi kadar sayıdaki suit odada içecek ve basit yeme ihtiyacını karşılayabilecek kapsamlı olmayan mutfak nişi düzenlenebilir. Suit odalar, bir adedi oturma bölümü olmak üzere doğal aydınlatmaları bulunan en az iki bölümden oluşur. Suit odaların yatak kapasitelerinin hesabında, banyo alanı dahil altmış metrekareye kadar olanlar iki yataklı, banyo alanı dahil altmış metrekare üzerinde ve birden fazla yatak odası bulunanlar dört yataklı olarak kabul edilir. Oturma bölümlerinin yatak odası şeklinde düzenlenmesi halinde; suit odalar, aile odası olarak adlandırılır ve belge kapasitesinde belirtilir, bu durumda mutfak nişi düzenlenmesi yapılamaz. Aile odalarında banyo hariç; on metrekareye kadar olan odalar tek, daha büyük olanlar ise iki yataklı olarak düzenlenir.

Bodrum katlarda yatak odası yapılamaz. Ancak, eğim dolayısıyla taban döşemesi mevcut arazi seviyesinden aşağı olmayan ve yeterli doğal ışık alan katlar bu hükmün dışındadır. Yatak odalarının pencereleri, mutfak, tuvalet gibi müşteriyi rahatsız edebilecek mahallerin bulunduğu aydınlığa açılmaz. Aydınlığın dar kenarı iki metreden, alanı ise altı metrekareden az olmamak kaydı ile toplam oda kapasitesinin yüzde yirmisini aşmayacak sayıda aydınlığa bakan oda yapılabilir.

4.3.2. Personel ve Mahalleri

Turizm tesislerinde eğitimli personel ile hizmet verilmesine özen gösterilir. Yetkili kurum ve kuruluşlardan alınmış sertifikaları haiz personel de eğitimli personel kapsamında değerlendirilir. Tesislerde sağlık, güzellik ve bakım, masaj, su sporları,

okçuluk, atıcılık, binicilik gibi üniteler bulunması durumunda bu birimlerde sertifikalı personel çalıştırılır. Asli konaklama tesislerinde kadın ve erkek personel için ayrı soyunma yerleri, dolapları, duş, tuvalet ve ortak oturma, dinlenme ve yemek ihtiyaçlarını karşılayan bir mahal bulunur. Tesis bünyesinde yatakhane bulunması halinde yeterli doğal havalandırma ve aydınlatma imkanı, doğal havalandırmanın yeterli olmaması durumunda ise mekanik havalandırma desteği bulunur. Yatakhanelerin düzenlenmesinde kişi başına dört metrekare alan esas alınır. Pansiyon ve müstakil apart otellerde personel ünitesi yapılması zorunlu değildir.

4.3.3. Bedensel Özürlüler İçin Düzenlemeler

Toplam kapasitesi seksen oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde en az bir oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin yüzde biri oranında odada, ayrıca tesis girişi, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme- içme ünitesinde, mola noktaları, temalı parklar ile eğlence merkezlerinde ise kendi türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde bedensel özürlülerin kullanımına uygun düzenlemeler yapılır. Bu düzenlemeler, özel işaretlerle belirtilir.

4.3.4. Asansör Düzenlemesi

Asansör kullanımı zorunlu olan tesislerde, asansörün ulaştığı kattan aşağı veya yukarı doğru müşterinin ineceği veya çıkacağı kat sayısı; bir, iki ve üç yıldızlı oteller için en fazla üç, dört yıldızlı oteller için en fazla iki, beş yıldızlı oteller için ise en fazla bir olması durumunda bu katlar için asansör aranmaksızın müşteri merdiveni kullanımı işlev ve yöre özellikleri göz önünde bulundurularak kabul edilebilir. Asansörlerde alarm tertibatı ile havalandırma düzeneği bulunur.

4.3.5. Kış Sporları Yapılan Tesislerde Gerekli Düzenlemeler

Kış sporları yapılan tesislerde kayak pisti kayak sporuna hizmet verecek şekilde hazırlanır ve pistin güvenliği için gerekli önlemler alınır. Tesislerde acil durumlarda hizmet vermek üzere gerekli yardım ekibi ve donanımı bulundurulur.

4.4. Otel Tasarımı ve Mimari Projelendirme

Otel işletmelerinde fiziksel planlar; genel kullanım alanları, odalar, mutfak, lokanta, depolar, idari bürolar ve diğer eğlence-dinlenme tesis ve alanları için hazırlanmaktadır. İlgili planların genellikle otellerin yatırım aşamalarında hazırlandığı bilinmektedir. Fiziksel planlama ile esas olarak mimari ya da fiziksel yapının planlanması ifade edilmektedir (Kozak ve diğer., 2002, s.27).

Otel yapısını oluşturan temel bileşenler (Forster K., 1993, s.17) :

- Yatak odaları,
- Ortak alanları kapsayan giriş lobi, fuaye, resepsiyon ve salon,
- Fonksiyon alanı
- Restoranları ve barları
- Hizmet alanları ve
- Peyzaj alanlarıdır.

Otel tasarımında yatak odası katlarının planlama çalışması tasarımın zor aşamalarındandır. Çünkü konuk odaları ve suit odaların toplam alanı genellikle bir otelin toplam taban alanının % 65 ile 85 arasında değişen bölümünü kapsamaktadır. Planlamada yapılabilecek herhangi bir tasarruf defalarca gözden geçirilerek projelendirme çalışması yürütülmektedir. Her konaklama projesinde olduğu gibi planlamadaki en önemli hedef, satılabilir misafir yatak odası sayısını maksimumda oluşturmak; dikey çekirdek, yatay sirkülasyonlar ve gerekli destek alanları minimumda tutmaktır. Buna ek olarak misafir yatak odası planlaması bir çok mimari hedefleri içermektedir. Mimar belirli bir plan ve yönlendirme düşüncesi ile yapıyı

oluşturur. Hem kullanıcı hem de temizlik görevlisi açısından satılabilir olmayan alanlarda yürüyüş mesafelerinin kısa tutulması maliyeti etkileyen bir diğer unsurlardandır (Rutes, Penner and Adams, 2001, s.42).

Otel işletmelerinde yer alan ortak alanlar içerisinde lobinin önemi büyüktür. Çünkü müşteri tarafından işletmeye dair ilk izlenimin oluştuğu alan , girişte yer alan lobidir. Lobinin tarzı, düzeni, renkleri, aydınlatma ve mobilyaları müşteriler üzerinde olumlu ya da olumsuz etki yaratarak müşterinin işletmeye dair kararlarını vermede etken olan atmosferi oluşturan unsurlardandır. Lobi, fuaye, resepsiyon ve salon ilişkileri açısından birbirleri ile yakın mesafelerde konumlandırılması gereken bölümlerdir.

Otel işletmelerinde verilen hizmetin kalitesinin artması, misafir mutluluğunu da beraberinde getireceğinden mimari yapının fiziksel planlaması yapılırken başlıca dikkat edilmesi gereken unsurlar (Tugay, 2006, s.34-36) :

Doğru ve yeterli fonksiyon,
Konforlu ortam yaratılması,
Konuklara maksimum hizmet ve eğlence olanağı verilmesi
Tüm mekanlarda tavizsiz hijyen,
Kaliteli yapılar, kolay imalatlar,
Ulusal ve uluslararası standartlara uygunluktur.

Doğru ve yeterli fonksiyon; Birbiri ile uyumlu makinalardan oluşan büyük bir fabrikayı çağrıştıran turizm tesisleri, tıpkı fabrikadaki makinaları oluşturan parçaların uyumlu çalışması gibi, yıldızı ne olursa olsun tesisin her departmanı gruplar halinde oluşturulmalı ve alan, birim ve benzer kesintilere gidilmeden yeterli mekanlar ayrılmalı, departmanlar arası doğru ilişkilendirme yapılmalıdır.

Konforlu ortam yaratılması; Pahalı yatırımlar kastedilmeksizin konunun her türlü konforu talep edeceği, kendi özel yaşantısında kullanmadığı konforu bile bekleyeceği varsayımından yola çıkılmalıdır. Yalnız mimaride değil diğer tüm proje gruplarında da aynı mantıkla hareket edilmelidir.

Konuklara maksimum hizmet ve eğlence olanağı verilmesi; Proje yapı ihtiyaç programını hazırlarken olası tüm hizmetlere, eğlenceye ve benzerlerine yer vermeli, yatırımcı ve işletmenin de öneriler arasından seçim yapmasına olanak verilmelidir. Konuğun kendine göre iyi bir tesis seçiminde kullanacağı kıstaslar arasında diğer tesislerde olmayan küçük nüansları arayacaktır. Önemsiz gibi görülen bir artı veya ayrıntı tesisin seçiminde önemli bir rol oynayabilecektir.

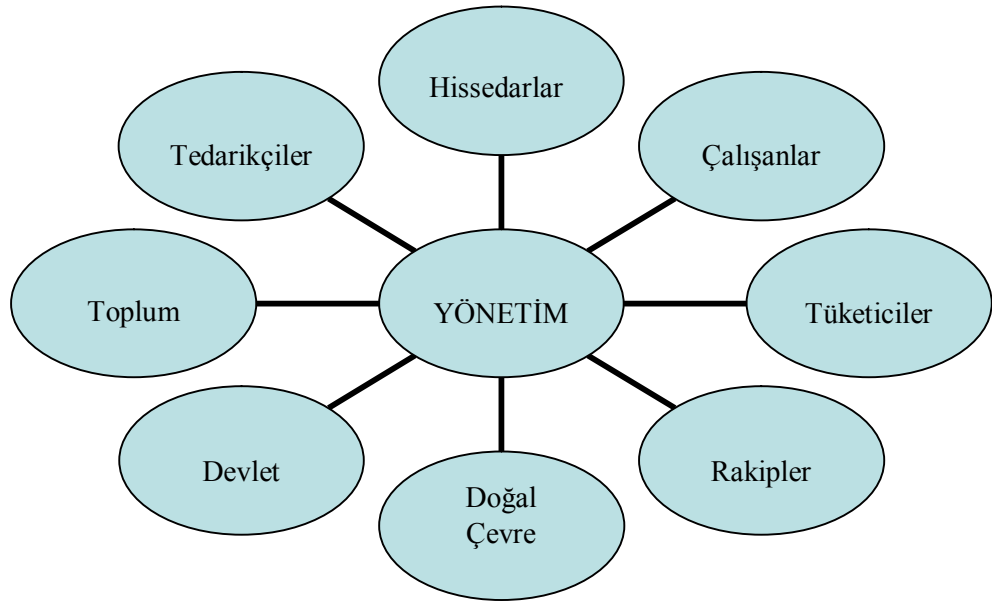
Tüm mekanlarda tavizsiz hijyen; Bugün tüm dünyanın yalnız turizmde değil, yaşamın her anı ve noktasında vazgeçemediği unsurlardan birisi de “hijyen”dir. Yalnız konuk mekanlarında sınırlı kalmaksızın, tesisin en küçük ayrıntı noktalarında dahi hijyenik ortamlar yaratılıp, detaylandırılmalıdır.

Kaliteli yapılar, kolay imalatlar; Turizm tesisi planlaması yapan mimarların daha sözleşme öncesi sıkça karşılaştıkları sorulardan birisi de “bu yapı bana kaç mal olur?” sorusudur. Yatırımcılar kendi açısından haklılardır. Ülkemiz çok zengin kaynaklara sahip olmasına rağmen zengin bir ülke de değildir. İyi bir mimar işverenin istekleri ile sanatını çok iyi harmanlayıp sunan kişi olmalıdır. Kaynaklarımızı kaliteli ama ucuz yapılarla dengeli kuracak olan da mimarlar olmalıdır.

Ulusal ve Uluslararası Standartlara Uygunluk; TSE, ISO, DIN, TÜV, HAACP ve benzeri ulusal ve uluslararası standartlara uymayan tesisler bir çok sorunlarla karşılaşabilmektedir. Mimarların tüm projeleri standartlara uygun şekilde hazırlaması tek başına yeterli olmayıp, uygulamanın da standartlar çerçevesinde yürütülmesi gerekmektedir.

5. OTEL YÖNETİMİNİN SORUMLULUK ALANLARI ve MİMARİ YAPI İLE OLAN İLİŞKİLERİ

“Yönetim” kavramının bazen bir süreç , bazen bu sürecin unsurları olan organlar – kişi veya grup olarak ele alındığı daha önceden belirtilmişti. Yönetimin sorumluluk alanları ifadesinde geçen “yönetim” kavramı ile sürecin mensubu olan kişi veya gruplar ele alınmaktadır. Yönetim işletmeyi belirlenen amaç ve hedefleri gerçekleştirmek üzere faaliyetlerini sürdürürken, sorumlu olduğu alanlar vardır. Bunlar hissedarlar, çalışanlar, tüketiciler, rakipler, doğal çevre, devlet, toplum ve tedarikçilerdir.



Şekil 6. Yönetim ve Sorumluluk Alanları

Kuruluş ve olgunlaşma aşamasında ihtiyaç olan sermayeyi hissedarlar sağlar. Yönetimin sermaye sahipleri veya hissedarlara karşı sorumlulukları, hissedarların koymuş oldukları yatırım sermayesinin geri dönüşümünü sağlamak, uzun vadede maksimum kazanç elde etmek, işletmenin sürekliliği, verimli çalışması ve elde edilen karın adil bir şekilde hissedarlara dağıtılmasıdır.

Yönetimin çalışanlarına karşı sorumlulukları, işletmenin her düzeyinde çalışanlarını psikolojik, zihinsel ve fiziksel açıdan koruması, iş güvenliğini sağlaması, kendilerini geliştirmelerine fırsat tanınmasıdır. Yönetimin çalışanlarına karşı sosyal sorumluluklarının yüksek olması, örgütsel verimliliği etkilemesi açısından önemlidir.

İşletmeler tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere mal veya hizmet üretirler. Tüketiciler açısından sunulan ürünün kalitesi, fiyatı ve sunum biçimi önemlidir. Yönetim ihtiyacı en etkili şekilde karşılamak üzere tüketicilere karşı sorumludur.

İşletme sahipleri rakiplerini pazar içerisinde rekabetçi bir tavırla ortadan kaldırmak amaçlı hareket etmemelidirler. Tekelleşmenin olduğu bir pazarda tüketicinin alım gücü düşmekte, işsizlik artmakta ve ülke zarar etmektedir. İşletme yöneticilerinin rakipleri ile ortak pazarda ülke çıkarını da gözeterek uyumlu bir şekilde işletmelerini ileri seviyelere çıkarmaları sorumlulukları arasındadır.

Hizmet veya mal üretirken işletmeler çevreye karşı duyarlı olmalı, duman ve zehirli gazlarla havayı; zararlı kimyasal atıklarla suyu; katı tüketim maddeleriyle toprağı kirletmemelidirler.

Devlet, genel olarak işletmelerden ülkeye hizmet etmelerini, istihdam yaratmalarını, ekonomiye dinamizm katmalarını, yasalara uymalarını ve vergi konusunda dürüst ve duyarlı bir şekilde sorumluluklarını yerine getirmelerini bekler.

İşletmelerin toplumsal sorumluluklarının yerine getirilmesinin en genel şekli; yerel ve ulusal yardım kuruluşları, vakıf, dernek gibi organizasyonlar aracılığıyla bağışta bulunmaları ve eğitim, kültür, sanat, spor gibi faaliyetleri finanse etmeleridir (Bayrak, 2001, s.112).

Otel yönetimi hizmet üretim faaliyetini gerçekleştirebilmek için tedarikçilerle iş birliği içerisinde çalışmalıdır. Bir tedarikçinin işini aksatması , diğer tedarikçileri de etkileyeceğinden yönetimin tedarikçiler arasında iyi bir iletişim kurması, alınan ürün ya da hizmetin karşılığının zamanında ödenmesi konusunda hassas davranması sorumlulukları arasındadır.

5.1. Hisse Sahipleri ya da Sermayedarlar ve Mimari Yapı İlişkisi

Turizm yatırımlarının en önemli kısmını oluşturan konaklama tesisleri yatırımları önemli miktarlarda sabit sermaye yatırımı gerektirirler. Maden işletmelerinde sabit sermaye oranı % 64, Demir Çelik Endüstrisinde % 50, Kimya Endüstrisinde % 42 iken, otelcilik endüstrisinde otel binasının sahibi işletmeci ise bu oran % 94'tür (Karahan 2000, s.9).

Otel işletmelerinde sabit yatırım maliyetlerinin büyük bir kısmını tesis inşa maliyetleri oluşturmaktadır. Otel yatırım fikrinin oluşmasıyla öncelikle mevcut pazar durumu incelenir, elde edilen sağlıklı verilerle işletmenin kurulacağı en uygun yer, hizmetin gerçekleştirileceği tesisin ölçek ve nitelikleri belirlenmeye çalışılır.

Kuruluş yeri, turizm işletmesinin çekiciliğini dolayısıyla karlılığını etkileyen en temel faktördür. Bir turizm tesisinin kuruluş yerinin seçiminde şu faktörler dikkate alınmalıdır (Barutçugil 1989, s.72):

- Turistik çekicilik durumu,
- Altyapı ve ulaşım olanakları,
- Girdilerin sağlanabilme kolaylığı,
- Bölgenin turizm açısından taşıdığı önem ve öncelik.

İşletmenin kurulacağı yer, tesise ait ölçeğin ortaya çıkmasıyla fizibilite etüdüne, başka bir ifadeyle yapılabirlik çalışmalarına geçilir. Yapılabirlik çalışmaları (fizibilite etüdü); "Bir ekonomik faaliyetin gerçekleştirilmesi için gerekli olan bir üretim tesisine ayrılan kaynaklarla, söz konusu tesisin işlemeye başladıktan sonraki ekonomik ömrü boyunca yaratacağı kaynakların karşılaştırılması yoluyla, bu yatırımın yapılıp yapılmaması konusunda yapılan bir inceleme ve değerlendirme çalışmasıdır" (Barutçugil 1989, s.70). Fizibilite etüdüleri birtakım mali, ekonomik ve teknik incelemeleri içerir.

Teknik inceleme yapı tasarım grubu ve yatırımcının kuruluş aşamasında tesis yapısını belirlemeye dönük çalışmalarını kapsar. Turizm yatırımlarında teknik

yönden yapılabirlik incelemeleri, kurulacak tesisin ve kullanılacak tehzat ve donanımın teknik incelemesi, işletme içi yerleşme düzeninin kurulması, yatırım donemi uygulama planının hazırlanması gibi konuları kapsar. Turizm yatırım projelerinin teknik yönden geliştirilmesi aşamasında, projenin teknik tanımı yapılarak, yatak ve yan hizmet üniteleri kapasitesinin teknik yönden de uygunluğu araştırılmalıdır (Barutcuğil 1989, s.35).

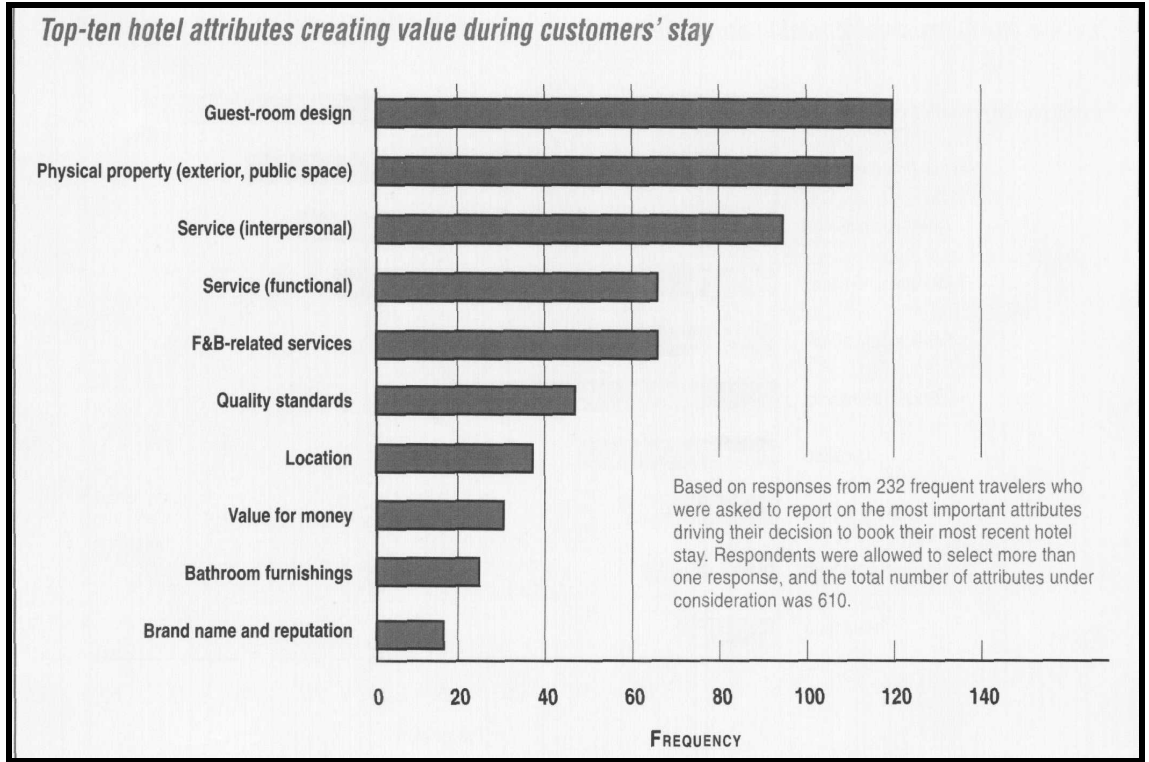
Otel işletmesinin kurulacağı arazinin yapısı, kanun ve yönetmelikler dikkate alınarak otel ana bina, restoran, kafeterya, yüzme havuzu, spor alanları, otopark ve yeşil alan gibi birimler alan içerisinde gerekli dağılımlarla tasarım gerçekleştirilir.

Fizibilite etüd çalışmalarıyla yatırımcı ve proje ekibi işletmenin amaç ve hedeflerine en uygun mimari yapıyı seçerek, işletmenin yönetim fonksiyonları sürecine geçilir.

5.2. Tüketici (Müşteri) ve Mimari Yapı İlişkisi:

Müşteriler otel seçimlerinde satın alma kararlarını verirken işletme ile ilgili bir takım ipuçları ararlar. İşletmenin yeri, marka ve itibarı, fiziksel özellikleri, servis kalitesi, kalite standartları, yiyecek-içecek servisi, sunumu gibi.

Müşterilerin otel işletmelerinden beklentileri güvenli, konforlu ve huzurlu bir tatil geçirmektir. Bu isteklerin farkında olan otel işletmeleri de müşterilerinin konaklama deneyimlerini geliştirmek için mimari tasarımı başarılı bir şekilde uygulama çabasındadırlar. Renaghan ve Dube (2000) tarafından sık seyahat eden müşteriler üzerinde yapılan bir araştırmada, katılımcılara gerçekleştirdikleri son otel konaklamasında rezervasyon kararını almada yönlendirici olan otel niteliği sorulmuş, alınan cevaplarda birinci sırada konuk odası tasarımı (guest-room design), ikinci sırada da dış ve ortak alanlara ait fiziksel özellikler (physical property (exterior, public space)) yer almıştır. Sıralamada diğer cevaplar sırasıyla kişiler arası servis (service (interpersonal)), fonksiyonel servis (service (functional)), yiyecek içecek ile ilgili servisler (F&B- related services), kalite standartları (quality standards), otelin yeri (location), parasal değeri (value for money), banyo donanımı (bathroom furnishing) ve otelin marka ve itibarı (brand name and reputation) dır. (Şekil-7)



Şekil 7. Müşterilerin Konaklama Esnasında Değer Yaratan İlk On Otel Nitelikleri

Kaynak: Reneghan L.M. ve Dube L., (2000), “*Creating Visible Customer Value*”, Cornell Hospitality Quarterly, Şubat 2000, Vol. 41, 1.

Konuk odasının büyüklüğü, genel düzeni, ışıklandırması, ısıtma ve havalandırmanın müşteri tarafından kontrol edilebilirliği, iş seyahati yapan müşteriler için odalarında çalışma masası sağlanması, kısacası müşteriye konforlu ortam yaratılması önemli faktörlerdendir. İyi otel tasarımı müşterinin ne istediğine cevap veren, etkin ve verimli uygulamalarla bunu teşvik eden nitelikte olmalıdır (Forster,1993, s.17).

Günümüzde zincir otel işletmeleri tüketici ihtiyaçlarındaki çeşitliliği göz önünde bulundurarak otellerinin içeriklerini çeşitlendirmektedirler. Örneğin Holiday Inn oteller zinciri, sabah erken uçuşu olan bir müşterinin iyi bir gece uykusu alması ihtiyacını öne çıkararak havaalanı otellerini; dalgaların sesi ve ayak parmakları arasında kumu hissetmenin özlemini vurgulayarak sahil otellerini; çocuklarıyla beraber ailelerin rahat bir tatil geçirebilme ihtiyacını vurgulayarak aile dostu otellerini; hayvan severlerin ayrılmaz dostlarını yanlarında getirebilecekleri bir işletme için hayvan dostu otellerini oluşturmuşlardır.

Karşılanaan ihtiyaca göre farklı isimlendirilmiş olan otellerin mimari yapı çözümleri de farklılaşmaktadır. Sabah erken saatte uçuşu olan bir müşterinin uykusuzluk çekmemesi için havaalanına yakın konumlandırılan bir otelde konaklaması müşteri açısından ihtiyacının karşılanmasıdır. Mimari açıdan bakıldığında ise havaalanına yakın konumlandırılmış bir otelde gürültü düzeyi daha yüksektir. Müşterinin konforlu bir şekilde konaklaması için yüksek ses çözülmesi gereken bir unsur olarak karşımıza çıkar ve standart uygulamaların daha üstünde teknik çözümlere gidilmesi gerekir. Otel işletmelerinde müşterilerin ihtiyacına göre oluşturulan pazar bölümlendirme çalışmalarında, yönetim hizmet sunduğu müşteri grubuna yönelik pazarı mercek altına alırken, tasarım ekipleri mimari yapı çözümlerinde proje detay ve çözümlerinde gelişen teknolojiyi müşteri konforunu en iyi şekilde karşılamak üzere etkin kullanma yollarını aramaktadırlar.

Sonuç olarak, mimari yapının müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına göre konaklama deneyimlerine değer katmak üzere oluşturulmuş bir pazarlama aracı olduğu söylenebilir. Bu sebeple müşteri mimari yapı tasarım sürecinde en etkili girdi olarak ele alınmalı, otel işletmeleri pazarda müşteri ne istiyor farkında olmalı ve hızla yanıt verebilmelidir (Siguaw & Enz, 1999, s.49).

5.3. Çalışanlar ve Mimari Yapı İlişkisi

Otel işletmelerinde üretim ve tüketim eşzamanlı yapılmaktadır. Hizmetin gerçekleştirildiği süreçte çalışan (işgören) ve müşteri (tüketen) aynı mekanda yer almaktadır. Hizmet alanında yer alan çeşitli nesnel fiziksel çevre faktörler, müşteriler ve çalışanlar açısından bilişsel, duygusal ve fizyolojik tepkiler oluşturabilir. Fiziksel çevrenin etkisiyle oluşan bu iç tepkiler hizmet alanı kullanıcılarının bireysel davranışlarını ve karşılıklı sosyal etkileşimlerini etkileyebilir. Mekan hakkında oluşan pozitif iç tepkiler “yaklaşım” davranışıyla açıklanmaktadır. Çalışan açısından yaklaşım, daha uzun çalışma süresi, keşfetme, taahhüt ve organizasyonun bir parçası olma amacı ifadeleridir. İç tepkinin negatif olması ise “kaçınma” davranışıdır. Hizmet alanının ortam şartları sıcaklık, hava kalitesi, gürültü, müzik, koku gibi; mekan içerisinde yer alan mobilya, ekipman ve düzeni çalışanı etkileyen çevresel faktörlerdir (Bitner, 1992, s.60).

Hizmet alanı hakkında pozitif (olumlu) iç tepkilere sahip olan bir çalışan (Bitner, 1992, s.61-67) :

Müşteriler ile kaliteli sosyal etkileşim kurabilir.

Yeni işe başlayan ise, elde ettiği ipuçlarından yola çıkarak işletmenin nitelikleri, organizasyon kategorisi, insanları ve ürünleri hakkında zihinsel atıflar yapabilir.

İşletmenin diğer çevre firmalar arasında ayırıcı konumunu belirleyebilir.

Hizmet alanında kullanılan eşya, teçhizat, dekor, aydınlatma gibi öğelerle kendi işlevinin önemi hakkında inançları ortaya çıkabilir.

Pozitif iç tepkiler organizasyonun bir parçası olma yönünde motivasyonunu arttırabilir.

Hizmet alanlarının mekansal düzeni, fonksiyonel çözümü, kullanılacak alet ve gereçlerin mekanda doğru noktalara yerleştirilmiş olması zaman baskısı altında çalışan personelin sunumunu rahatça gerçekleştirebilmesi için önemlidir. Diğer taraftan çalışanın barınma koşullarının işçi sağlığı ve güvenliği açısından yeterli donanımlara sahip olması verimliliği etkileyen unsurlardandır.

5.4. Devlet ve Mimari Yapı İlişkisi

Devlet, genel olarak işletmelerden ülkeye hizmet etmelerini, istihdam yaratmalarını , ekonomiye dinamizm katmalarını , yasalara uymalarını ve vergi konusunda dürüst ve duyarlı bir şekilde sorumluluklarını yerine getirmelerini bekler.

Devletin mimari yapı ile olan ilişkisi işletmenin kuruluş aşamasında ilgili yasa ve yönetmeliklerle belirlenen asgari niteliklere uyulması doğrultusundadır. Yasa ve yönetmeliklerle konaklama tesisleri sahip olması gereken ekipman ve donanımlara göre sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma ülke genelinde standartları oluşturmak üzere tanımlanmıştır.

İşletmenin belgelendirilerek hayata geçtiği yönetim sürecinde, mimari yapıda çevre ve toplum sağlığını tehlikeye atacak herhangi bir aksaklık gözlemlenmiyorsa mimari yapı ile devletin direkt bağlantısı yoktur.

5.5. Doğal Çevre ve Mimari Yapı İlişkisi

Otel işletmelerinin tesisleri toprak , hava, su ve iklimin en iyi olan bölgelerde yer almaktadır. İşletmeler hizmet üretirken duman ve zehirli gazlarla havayı; zararlı kimyasal atıklarla suyu; katı tüketim maddeleriyle toprağı kirletmemeli, çevre konusunda duyarlı olmalıdırlar.

Turizm faaliyetlerinin olası olumsuz çevresel etkileri; alan kaybı, biyolojik çeşitliliğin ve önemli habitatların yok olması, doğal kaynakların tüketimi, toprak üzerindeki etkiler, su kaynakları üzerindeki etkiler, emisyonlar, atıklar ve gürültü sayılabilir (Atik ve Sayan, 2006, s.69).

Alan Kaybı : Planlama aşamasında alandaki doğal yapı korunmaz, bina ve yan elemanlar doğal yapıya uygun şekilde konumlandırılmazsa alan kaybı kaçınılmaz olacaktır.

Biyolojik çeşitliliğin ve önemli habitatların yok olması : Turizm tesisleri plajlar, kumul alanlar, nehirler, iç denizler ve göller gibi çoğunlukla bitki ve hayvan türleri, biyotoplar (yaşam ortamları) için geçiş bölgeleri olan hassas ve ilginç doğal alanlarda kurulurlar. Bu alanlardaki biyolojik çeşitlilik ve habitatın zarar görmemesi işletmelerin sorumlulukları arasındadır.

Toprak üzerinde etkiler : Toprak alımı, yer değişimi, toprak yüzeyinin binalar ve servis alanları ile kapatılması, yüzey kaplamaları gibi büyük ölçekli değişikliklerin yanında her türlü turizm faaliyetleri ile toprağın sıkışması gibi etkiler söz konusudur. Toprak yüzeyinin sıkışması su nem tutma yeteneğinin azalmasına ve sel, çığ riskinin artmasına neden olmaktadır.

Su kaynakları üzerinde etkiler : Turizm endüstrisi otellerdeki yüzmeye havuzları, golf alanları ve turistlerin kişisel kullanımları ile önemli oranlarda su tüketir. Çok geniş alanlarda hizmet veren lüks oteller golf alanları ve bahçe bakımında kullandıkları önemli oranlardaki kimyasal gübreler ve böcek ilaçları ile taban suyunu

etkilerler. Toprak yüzeyinden 5-50 metre aşağıya kadar akifer tabakasına süzülen sular sonuçta nehir, göl ve denizlere ulaşmaktadır.

Turistik tesislerden ön arıtma yapılmadan göllere ve denizlere bırakılan sıvı atıkları yoğun alg (su yosunu) gelişimini teşvik etmekte ve ötrofikasyona neden olmaktadır. Ötrofikasyon, bir su kaynağında bitki besin tuzlarının artışına bağlı olarak sucul bitkilerin aşırı çoğalmasıyla şekillenen kirliliktir (TDK). Diğer taraftan özellikle motorlu su sporlarından oluşan atıkların ve güneşten koruyucu kremlerin suya karışması da deniz suyu kirliliğinde önemli sayılabilecek bir etken kabul edilmektedir.

Doğal kaynakların tüketimi : Doğal kaynakların kullanımı yoğun olarak özellikle de turizm faaliyetinin her aşamasında mevcuttur. Doğal kaynaklar bir tesisin hizmete girmesinden önce inşaatında kullanılan yapım malzemeleri, enerji, su olarak doğrudan ve ikinci ürün olarak sıralanabilir.

Emisyonlar : Enerji kullanımları sonrasında havaya verilen bütün gazlar, aerosollar ve hava kirletici partiküller çevre sorunlarına neden olmaktadır.

Atıklar : Rekreatyonel faaliyetler boyunca ortaya çıkan atıklar dinlenme döngüsünün her aşamasında mevcuttur. Bunlar şişe, teneke kutu, cam kavanoz, kağıt, yiyecek atıkları olabilir.

Gürültü : Gürültü turistik konaklama tesislerinin inşaatında ve işletmesinde mevcut olup, özellikle tesis yakınındaki yaban hayatı habitatlarının ve yaban türlerinin rahatsızlığı ve alandan uzaklaşmaları ile sonuçlanmaktadır.

5.6. Tedarikçiler ve Mimari Yapı İlişkisi

Mimari yapı projelendirmesinde, tedarikçilerin malzeme sevkiyatı esnasında yaşayabilecekleri olası sıkıntıların ortadan kaldırılması için servis meydanı ve avlusunun araçların giriş çıkışına, yükleme ve boşaltma durumuna göre fonksiyonel planlanması önemlidir.

Servis avlusu ve alanlarına, tesis giriş kontrol binasından müşterinin göremeyeceği bir yolla ulaşılmalıdır. Servis avlusu hiçbir şekilde müşteri tarafından görülmemeli, müşteri sirkülasyonu ile kesişmesi önlenmelidir. Servis avlusu, içerisinde bir kamyonun manevra yapacağı büyüklük ve formda olmalı, gerekirse müşterinin görmemesi ve servis sırasında hava şartlarından korunması için üstü örtülmelidir (Tugay, 2004, s.101).

Tedarikçilerin mimari yapı planlamasında iş akışını kolaylaştırıcı düzenlemelerin yapılması, zamana karşı yarışan otel işletmeleri açısından önemlidir.

5.7. Rakipler ve Mimari Yapı İlişkisi

Gelişen ve ağırlaşan rekabet koşullarında işletmeler, istenilen amaçlara ulaşmak için yeni süreçler, uygulamalar ve hatta stratejiler geliştirmek yerine, bunları daha önce gerçekleştirip başarıya ulaşmış ve bu sayede sektörel anlamda standartlar oluşturmuş işletmelerin uygulamalarını kullanma yolunu seçmektedir. Bu standartlara ulaşılması için gerekli uygulamaların neler olduğunun anlaşılmasında birçok işletme, bilgiye ulaşmanın yolunu kıyaslamayı uygulamakta bulmuştur (Topaloğlu ve Sökmen, 2002, s.2).

Otel işletmeleri mevcut pazarda rakip firmaların uygulamalarını inceleyerek, kendilerini geliştirebilirler. Örneğin, rakip işletmenin konuk odası banyolarında hijyeni vurgulamak üzere kullanmış olduğu kapalı ambalajlı bir sabun, sektörde yerini belirlemek için strateji geliştiren yeni kurulacak bir otel işletmesine örnek olabilir.

Otel işletmeleri aynı pazar grubunda yer alan diğer firmaların uygulamalarının üzerine fark katarak yeni uygulamalarla işletme değerliliğini ortaya koyabilirler. Mimari yapı ile ilgili olarak gelişen teknoloji ya da tüketici ihtiyacına yönelik farklılaşmalar işletmelerce olumlu yönde kullanılabilir. Örneğin; Orlando’da yer alan Holiday Inn Resort Lake Buena Vista bir aile otelidir. “Orjinal Kids Suites” oda içinde oda tasarımı, ebeveynlerle çocuklar arasında bazı mahremiyeti sağlamak üzere düzenlenmiştir. “Oda içinde oda” kavramı reklam ögesi içeren bir kavramdır (Siguaw & Enz, 1999, s.49).



Şekil 8. Holiday Inn Resort Lake Buena Vista-Orlando (Orjinal Çocuk Suiti)

Kaynak: 08.04.2011, <http://www.hiresortlbv.com/guestrooms.html>

İşletme yöneticileri rakiplerini pazar içerisinde rekabetçi bir tavırla ortadan kaldırmak amaçlı hareket etmeden, işletmelerini ileri seviyelere çıkarma doğrultusunda hareket etmeleri pazara dinamizm katması açısından önemlidir. Mimari yapıda yaratılan farklılıklar rakiplere karşı üstünlük sağlamada etken olabilir.

5.8. Toplum ve Mimari Yapı İlişkisi

Günümüzde iletişim teknolojilerinin ilerlemesiyle beraber insanlar olumlu olumsuz haberlere kısa sürede ulaşabilmekte ve hızla tepki verebilmektedirler. Bu nedenle işletmelerin toplumsal açıdan duyarlılığı eskiye göre daha büyük önem arz etmektedir. Toplum değer ölçütlerine göre uygun politikalarla faaliyetlerini yürütmek işletmelerin devamlılığı açısından önemlidir.

Toplumun otel mimari yapısında üzerinde durduğu en önemli noktalar; yapının doğal çevreyle uyumlu olarak projelendirmesi, estetik kaygılardan uzak bir şekilde yatak kapasitesini arttırmak uğruna kontrolsüz yapılaşmanın betonlaşmanın olmaması, şehrin mimari dokusunun bozulmaması ve sahil bandında yer alan bir işletme için kıyı şeridini ihlal etmemesi söylenebilir. Günümüzde sosyal sorumluluk sahibi bir işletme müşterilerin gözünde işletmeye olan güveni ve dolayısıyla manevi tatminini sağlamaktadır. Bu nedenle otel işletmesinin topluma karşı duyarlılığı önemlidir.

6. OTEL YÖNETİMİNİN YÖNETİM İŞLEVLERİ AÇISINDAN MİMARİ YAPI İLE OLAN İLİŞKİSİ:

Yönetim fonksiyonları planlama, örgütleme, yöneltme, eşgüdüm ve denetleme olarak tanımlanmıştı. Bazı kaynaklarda yönetim fonksiyonları anlatılırken, yöneltme ve eşgüdüm birleştirilerek, yöneltme başlığı altında aktarıldığı görülmektedir. Bu bölümde yönetim fonksiyonlarının mimari yapı ile olan ilişkisi incelenirken eşgüdüm ve yöneltme fonksiyonu tek başlıkla ele alınacaktır.

6.1. Planlama İşlevi ve Mimari Yapı İlişkisi

Otel işletmelerinin maliyetlerinin büyük kısmını yatırım giderleri oluşturur. Yatırım maliyetleri, işletmenin kurulmasından, fiziki tesislerin yapımına ve işletmenin açılmasına kadar geçen sürede katlanılan maliyetlerdir (Türksoy, 2007, s.109). Otel işletmelerinde genel amaç katlanılan bu yüksek maliyetlerin kısa sürede yüksek doluluk oranıyla geri dönüşümünü ve sürekliliğini sağlamaktır. Bu da eldeki mevcut fiziksel yapıyla beraber sunulan hizmetin, talep edilir nitelikte arz edilmesiyle oluşur.

Son zamanlarda hem iç hem dış pazar açısından “tatil” deyince sadece konaklama yapılan tesislerde geçirilen günler ve saatler akla gelmektedir. Bir tatil paketi alan turist; tüm zamanını her şey dahil konaklama yaptığı konaklama tesisinde geçirmektedir (Yıldız ve Algür, 2006, s.347). Konaklama tesisleri, özde kaliteli, sürekli hizmet sunan ve karşılığında para kazanma amacıyla olan ticari mekanlardır, ancak aynı zamanda non-lieu yani yersiz yurtsuzluğun da mekanlarıdır (Hess,1997). Bugün bakıldığında tatil amaçlı konaklama tesislerinde tüketici taleplerine yönelik eğilim, farklı imajlar ve hayal dünyaları sunma yönünde değişmektedir. Durum bu olunca da yatırımcılar; potansiyel tüketicinin dikkatini çekecek ve satın alma kararlarını etkileyecek farklı tesisler inşa etmeye yönelmektedirler. Bu bakımdan temalı bir otel, yatırımcının tercihi olmaktadır (Yıldız ve Algür, 2006, s.347).

Temalı otel fikri, tüketicilerin dikkatini çekmek, talep oluşturmak ve mevcut pazara hızlı bir giriş yapmak isteyen üst kademe yöneticiler tarafından alınan stratejik bir karardır.

Dünyada sadece bulunduğu ülkede görülebilecek bir meydan, bir saray veya bir yapı, orijinaline en yakın şekilde kopya edilerek bir sahil şeridinde yerleştirildiği anda, turistik ürün tüketicisinin ilk tercihi konumuna gelmek mümkündür (Yıldız, 2006, s.347).

Mimarisi bağlamında İstanbul'un bir minyatürü olan, Antalya'daki turistlere İstanbul'da olma hissini yaşatan Mardan Palace Otel, Dolmabahçe Binası, Kuleli Askeri Lisesi, Anadolu Yakası, Avrupa Yakası, Kız Kulesi ve Galata Köprüsünü aynı avluda barındırır. Otel kısa zamanda dünyada büyük dikkat çekmiş, lüks ve ihtişamıyla kendinden çok söz ettirmiştir (Karasakaloğlu ve Zengel, 2010, s.100).



Şekil 9. Mardan Palace Otel-Antalya

Kaynak: 04.02.2011, <http://www.hedefatil.com/tur-detay.asp?uid=607>

Kullanıcının ilk karşılaştığı andan itibaren içinde kaybolup gideceği bir mekandır Mardan Palace. Farklı olanı en saf haliyle karşısında bulan turist keşfetme duygusunun tetiklendiğini, oteli algılamaya başlamasıyla birlikte hissetmeye başlar.

Kendisini odasına eşlik edecek görevlinin peşinden, etrafında görülebilecek her ne var ise gözden kaçırmamaya çalışarak ulaşır otelin odasına. Tabii ki yolda karşılaştığı bu şölen; ona odasına giderken izlemesi gereken yola dair yönelim haritasını doğru şekilde çıkarmasında yardımcı olmaktan öte kafasını karıştırmaya neden olacaktır. Çünkü, o sırada sadece etrafındaki güzelliği ve farklılığı algılamakla meşguldür (Karasakaloğlu ve Zengel, 2010 , s.100). Mimarın yaratmak istediği farklı bir dünya kurgusunu mekanda kullanıcıya hissettirmesi, yapının başarılı olduğunun bir göstergesidir.

Yıldız ve Algür (2006) tarafından Antalya'daki temalı otel yöneticileriyle yapılan anket çalışması sonucunda katılımcıların %71,4'ü otelin mimarisi müşterinin satın alma kararında önemli rol oynar, %57,1'i temalı bir otelin satışı temasız bir otele göre daha kolaydır, %71,4 'ü de temalı bir otele yatırım yapmak para kaybı değildir demişlerdir. Mimari yapıda oluşturulan kurgu tüketicinin satın alma kararlarını etkilemeye yönelik oluşturulan bir pazarlama stratejisidir.

İşletmeci bakış açısından modernist ve enternasyonalist (uluslararası) görünümün kullanıldığı turistik binaların bazı üstünlükleri vardır. Kısa bir bakışta bile bu gibi bir bina müşteriye dünya standartlarına uygun olarak dizayn edildiği, yerleşim organizasyonunun basit ve rasyonel olduğu ve bütün modern konfor donanımlarına sahip olduğu mesajlarını verir. Şüphesiz bu tür mesajlar uluslararası bir müşteri grubu üzerinde oldukça rahatlatıcı ve inandırıcı bir etki oluşturur. Bazı yeni binalarda, belirli bir yere has değil de her yerde bulunabilecek olma pahasına, enternasyonalist tarzın benimsenmesinin nedeni bu olmalıdır (Altun ve Uçar, 2004). Enternasyonalist mimarinin benimsenmesi bir tarz değil, uluslararası malzeme ve işçilik standartlarını tanımlamış olan belirli bir teknolojinin bilinçli bir seçimidir (Abalı, 1995, s.78-82). Mimari yapıda teknolojik malzemelerin seçimi ürünün kolay pazarlanması adına geliştirilmiş bir stratejidir.

Enternasyonalist mimariye örnek olarak İspanya'da yer alan fütürist yapı Hotel Silken Puerta America (Şekil-10) gösterilebilir. 13 farklı ülkeden, 19 mimar ve tasarım stüdyosuyla çalışılarak özgünlük, lüks, yenilik ve biçimsel özgürlüğün olduğu rüya yapı oluşturulmuştur.



Şekil 10. Hotel Silken Puerta America, İspanya

Kaynak: 05 Mart 2011, http://www.e-architect.co.uk/madrid/hotel_puerta_america.htm

Otelin internet sayfasında yer alan bilgilere göre, Hotel Silken Puerta America eklektiktir, cesur alanlardır, burada sunulan kısa konforlar değildir. Otel “farklı kültürler, mimarlık ve tasarım yoluyla birleştirilerek özgürlük gerçek oldu” ifadesiyle pazara giriş yapmıştır. Odaların bulunduğu 12 katın , her katı Norman Foster, Zaha Hadid gibi dünyaca ünlü mimarlar tarafından ayrı içeriklerle dizayn edilmiştir. Uluslararası üne sahip tasarım ekibini bir araya getirmek mimari yapıyı mevcut pazarda dikkat çekici bir konuma getirmiştir.

Otel farklı renkler, şekiller ve malzemeler kullanılarak müşterinin duyularını harekete geçiren bir şaheser olarak yorumlanmaktadır. Müşteri kendi tercihlerine göre fotoğraflardan kat ve oda seçimini yapabilmektedir. Böylece otel yönetimi ürün çeşitlendirmesiyle müşterinin önüne seçenekler sunarak farklılık yaratmıştır.



Şekil 11. Hotel Silken Puerta America-Zaha Hadid'e Ait "Space" Oda Tasarımı-1

Kaynak: 05 Mart 2011, <http://www.hoteles-silken.com/hotel-puerta-america-madrid/files/2010/10/p1-es.pdf>



Şekil 12. Hotel Silken Puerta America-Zaha Hadid'e Ait "Space" Oda Tasarımı -2

Kaynak: 05 Mart 2011, <http://www.hoteles-silken.com/hotel-puerta-america-madrid/files/2010/10/p1-es.pdf>

Otelde odalar sahip olduğu fiziksel özelliklere göre deluxe, deluxe club, space club by Zaha Hadid, junior suit, executive suite Jean Nouvel, senior suite Jean Nouvel, presidential suite Jean Nouvel olarak sınıflandırılmıştır.



Şekil 13. Hotel Silken Puerta America-Jean Nouvel'e Ait Oda Tasarımı

Kaynak: 05 Mart 2011, <http://www.hoteles-silken.com/hotel-puerta-america-madrid/en/habitaciones/jean-nouvel/fotos/>

Burada sınıflandırmaya ve dolayısıyla fiyat değişkenliğini yaratmaya sebep olan faktörler odanın sahip olduğu konforu, büyüklüğü, konumu, iç dizaynında kullanılan kaliteli malzemelerde yaratılan farklılıklardır. Odaların mimari yapıda mekansal olarak farklılaştırılması, fiyatlandırmadaki çeşitlilikle beraber gelir getirici bir etken olarak karşımıza çıkar.

Sektörde farklı turizm ürünlerinin varlığı bunlara farklı olarak yönelecek mevcut ve potansiyel talebin ayrı ayrı belirlenmesini, diğer bir ifadeyle pazarın bölümlendirilmesini gerektirir. Bölümlenme en az maliyetle ve en yüksek kar koşulları içinde müşteri gruplarını seçmek ve onlara üretilen mal ve hizmeti kabul ettirip bu grupların tatminini sağlamaktır. Pazar bölümlendirilmesi toplam turizm piyasasının farklı özelliklere sahip alt bölümlere ayrılmasıdır (Arslan, 2006, s.15).

Pazarlama stratejisi konaklama tesisinin fiziksel yapısında yaratılan kurgu üzerinden oluşturulabilirken, müşterileri etkileyecek, oteli tercih etmelerini ve faydalanma isteğini doğurabilecek her türlü özellikler mevcut pazarda bölümlendirme çalışmaları arasında sayılabilir. Spa & Wellness Otelleri, Kongre Otelleri gibi ayrımlar tüketicinin üründen elde etmek istediği faydaya göre bölümlendirilmiş otellerdir.

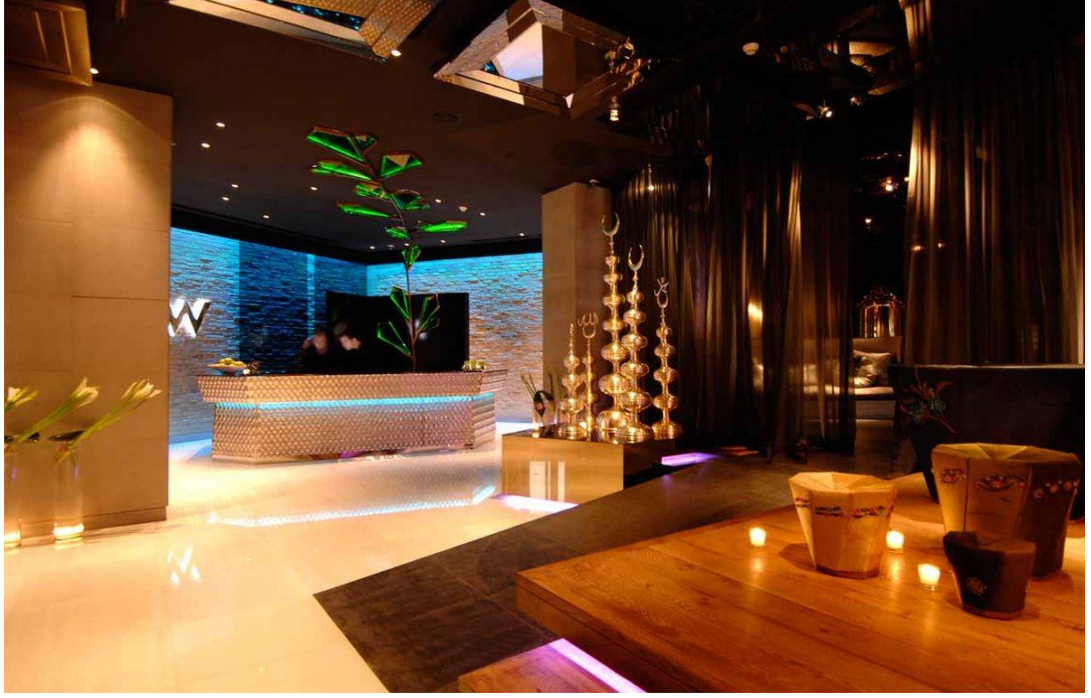
Günümüz modern insanının yoğun iş temposu ve yaşam stresi sebebiyle ruhen (zihinsel) ve bedenen (fiziksel) yıpranması, kendilerini daha rahat hissedebilecekleri, tazelenebilecekleri arayışlara yönlendirmektedir. Pazarda yer alan tüketicilerin bu istek ve ihtiyaçlarını fark eden otel yönetimi talebi karşılamak üzere işletmelerini belirli bir hedef kitleyi baz alarak konumlandırmaktadırlar. Hedef kitlenin işletmeden beklentileri otel mimari yapının tasarımlarına da yansımaktadır. Örneğin İrlanda'da yer alan Hotel Europe Spa işletmenin sunmuş olduğu hizmete paralel olarak müşterilerine abartıdan arınmış, doğayla iç içe, doğal çevrenin içinde kaybolan, yalın bir mimari yapı sunar. İstenilen dinginlik yapı tasarımında ve kullanılan malzemelerde de öne çıkmaktadır.



Şekil 14. Hotel Europe Spa, İrlanda

Kaynak: 05 Mart 2011, http://www.e-architect.co.uk/images/jpgs/ireland/hotel_europe_spa_ga220609_5.jpg

Fiziksel çevre essizse ve kolay taklit edilemiyorsa, rekabetsel avantaj olarak işe yarar. Örneğin Four Seasons oteller zinciri, Ritz-Carlton ve Starwood's W otelleri rakiplerinden farklılaşarak özgün bir tasarım ve atmosferik ortam yaratmıştır. Her işletme kendi özel müşteri bölümüne hizmet verecek rekabetsel bir avantaja sadece sunduğu hizmetlerle değil, aynı zamanda eşsiz tasarım ve çevre yönetimi yoluyla da sahip olabilir (Zemke ve Shoemaker, 2006, s.1).



Şekil 15. W Hotel, İstanbul

Kaynak : 04 Mart 2011, <http://www.openbuildings.com/buildings/w-istanbul-profile-4130.html>

Bir otel kompleksi ne kadar lüks olursa olsun; daima en farklı, en gösterişli, en şaşırtıcı olduğu sürece müşterinin ilgisini çekebilecek, sonrasında kaliteli bir işletmeye sahip olduğu ölçüde kullanıcı tatmini sağlayarak başarısının sürekliliğini garantileyebilecektir. Otelin amacı müşteriye tatili süresince içinde kaybolacağı bir rüya yaşatmaktır (Karasakaloğlu ve Zengel, 2010 , s.100).

Birleşik Arap Emirlikleri'nde Abu Dabi'de yapılması planlanan Abu Dhabi Marina Hotel projesine ait KA3 design group tarafından öneri olarak sunulan proje, müşterilerine unutamayacağı rüyayı yaşatmak üzere tasarlanmıştır. Otel projesinin kütle formunda iki yunusun yüzme sahnesi canlandırılmaya çalışılmıştır. Yapı kabuğunda kullanılması düşünülen özel yansıtıcılı malzeme ile de yaratılmak istenen

bu sahnenin Abu Dabi Havalimani'na inen ve kalkan uçaklardaki yolcular tarafından da algılanabilir olacağı vurgulanmıştır.



Şekil 16. Abu Dhabi Marina Hotel -Ka3 Design Group Tasarım Projesi

Kaynak: 07 Mart 2011, http://www.e-architect.co.uk/images/jpgs/dubai/abu_dhabi_marina_hotel_ka3_210308_6.jpg



Şekil 17. Abu Dhabi Marina Hotel -Ka3 Design Group Tasarım Projesi-Genel Görünüm

Kaynak: 07 Mart 2011, http://www.e-architect.co.uk/images/jpgs/dubai/abu_dhabi_marina_hotel_ka3_210308_1.jpg

Abu Dhabi Marina Hotel tasarım projesinde dikkat çeken bir diğer unsur, yapay plaj üzerinde yüzen cam suitin, dünyanın ilk yüzen otel paketi önerisi olmasıdır. Yüzen suitlerin kullanıcı ihtiyaçlarına göre farklı büyüklüklerde yapılması ve emniyet açısından da plaja güvenli mesafede otomatik sistem düşünülmüştür. Yapılmayarı yapmak, ilkleri sunmak rekabette avantaj sağlar, ürünün pazar fiyatını yükseltir.



Şekil 18. Abu Dhabi Marina Hotel-Ka3 Design Group, Tasarım Projesi- Yüzen Suitler

Kaynak: 07 Mart 2011, http://www.e-architect.co.uk/images/jpgs/dubai/abu_dhabi_marina_hotel_ka3_210308_12.jpg

Verilen örneklerde de görüldüğü üzere otel yönetimi gelişen teknoloji ve değişen tüketici yönelimine paralel olarak etkili tasarımlarla müşterilerin dikkatini çekme çabasındadırlar.

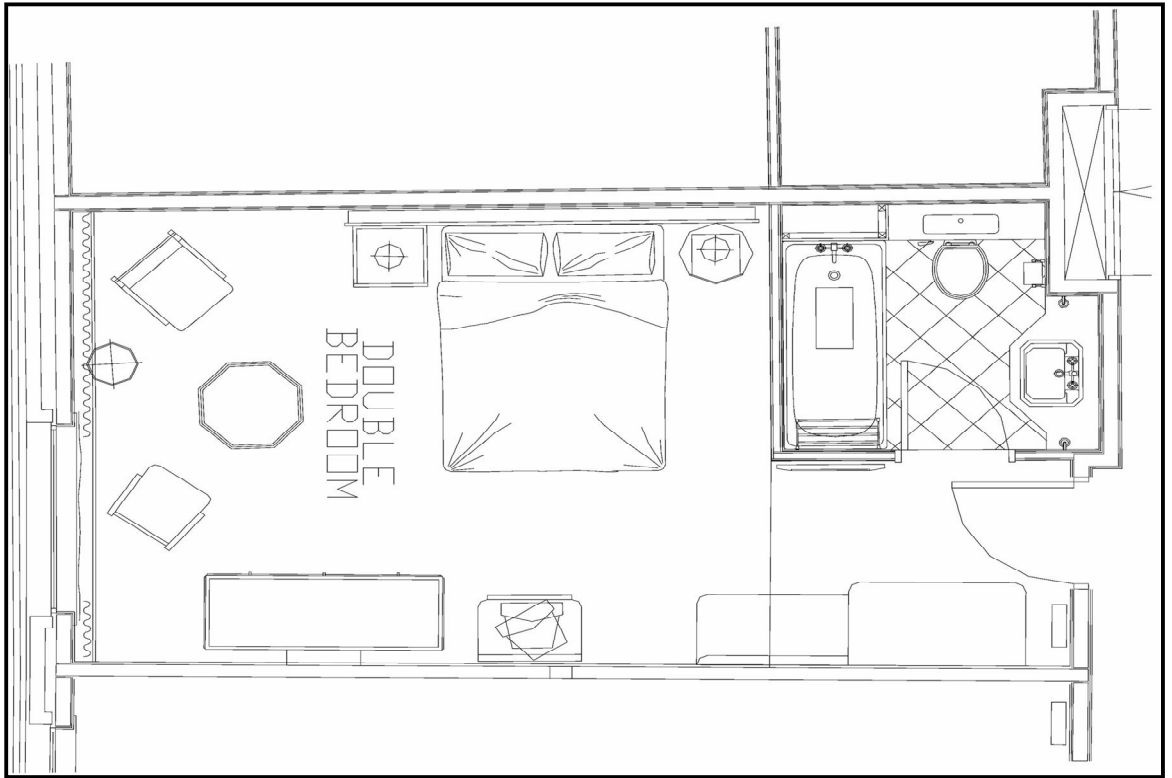
Otel yönetimi mimari yapının başarısıyla artan satışlara bağlı olarak gelir elde edebilirler. Yüksek gelir maliyetler açısından, yüksek verimlilik demektir. Gelir eksi maliyetler, brüt esas faaliyet karı belirler ve bu oranın etkileyici tasarımda daha yüksek olduğu söylenebilir. Ürün yaşam sürecinde harcanan sermaye oranı etkili tasarıma sahip bir yapıda daha düşükken, buna bağlı olarak ortaya çıkan net kar yüksektir (Ransley ve Ingram, 2001, s.80). Tasarımın otel ürününe finansal etkileri Tablo-3 'de belirtilmiştir.

Tablo 3. Otel Ürününde Tasarımın Etkileri

Etkili tasarım	Otel ürünü	Etkili olmayan tasarım
Artan satışlar	Gelir	Düşük satış
Daha yüksek verimlilik	(Maliyetler)	Düşük verimlilik
Yüksek	Brüt esas faaliyet karı	Düşük
Azaltılmış	Harcanan Sermaye	Yükselmiş
Yüksek	Net kar	Düşük

Kaynak: Ransley J. ve Ingram H., (2001), "What is "Good" Hotel Design?", Facilities, Vol.19, Number1/2, s.80.

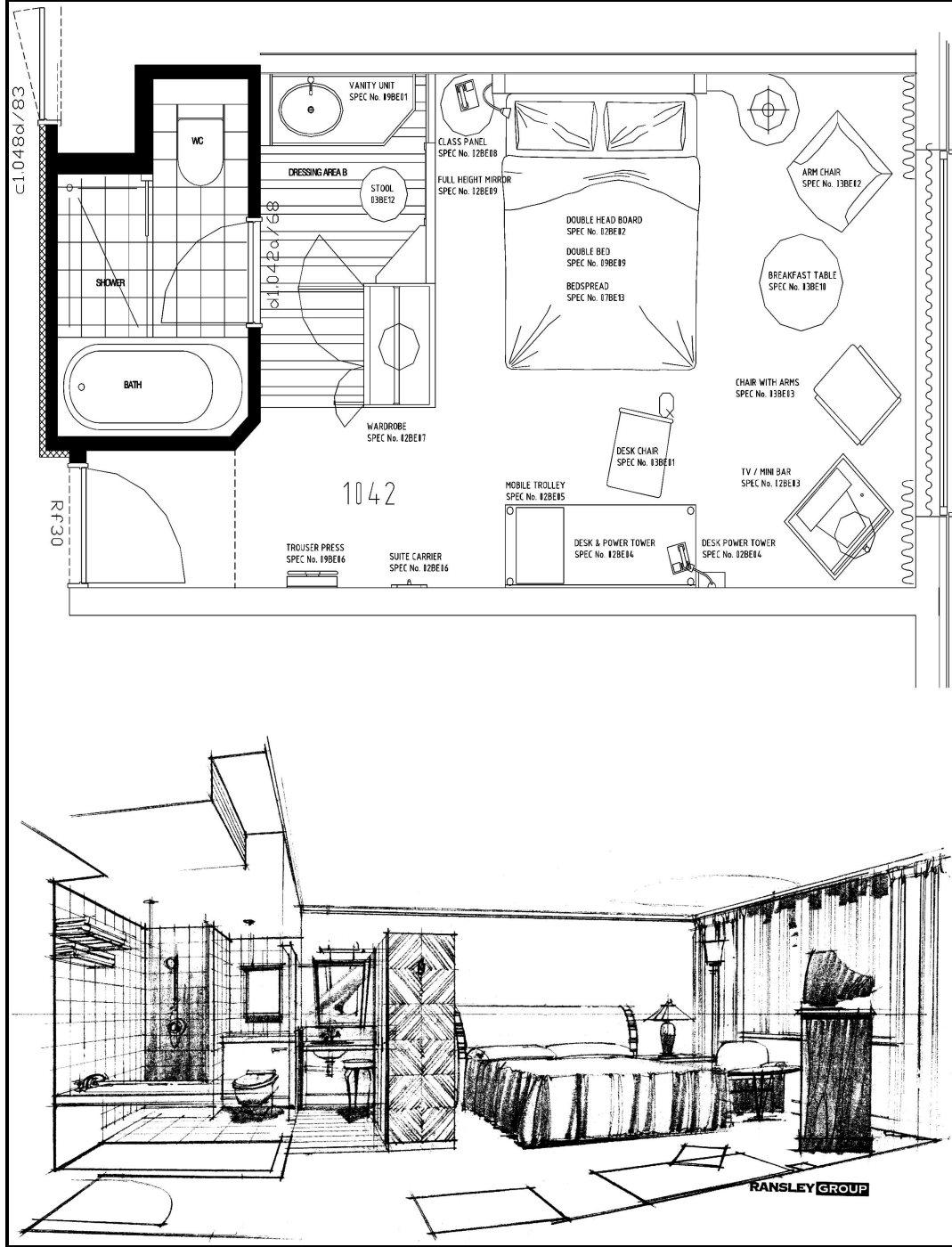
Tasarım projesinin etkinliğinde yatak odaları ve diğer ortak alanların alan m² kullanımının dağıtımı önemlidir. Kullanılabilir verimli alanların tasarımla desteklenmesi mali açıdan gelir getirir.Genel olarak 28-32 m² toplam alana sahip orta sınıf otel yatak odasında, 5.3-6 m² lobi ve gardrop alanı; 18.7-22 m²' uyku, dinlenme ve çalışma alanı, alanlar kendi içinde 3:2:1 oranında ayrılmış; 4 m² ilave ile banyo yer almaktadır. (Şekil 19) (Ransley ve Ingram, 2001, s.80).



Şekil 19. Orta Sınıf Otel Yatak Odası Projelendirmesi-1

Kaynak: Ransley J. ve Ingram H., (2001), "What is "Good" Hotel Design?", Facilities, Vol.19, Number1/2, s.83.

Şekil 20’de oluşturulan bir diğer otel yatak odası projelendirme çalışmasında; duş ve soyunma odasının genel plandan farklı olarak ayrı mekanlar olarak tanımlanmasının bir sermaye tasarrufu yaratmadığı ileri sürülebilir, fakat mimari tasarımda yapılan değişimle otel ticaret ve sermaye değerliliğinin arttırıldığı söylenebilir (Ransley ve Ingram, 2001, s.80).



Şekil 20. Orta Sınıf Otel Yatak Odası Projelendirmesi-2

Kaynak: Ransley J. ve Ingram H., (2001), "What is "Good" Hotel Design?", Facilities, Vol.19, Number1/2, s.84.

Oteller hizmet üreten işletmelerdir. Bir başkasının tatmin olması için sunulan faydaya hizmet dersek, işletmeler açısından hizmet sunumunun gerçekleştiği fiziksel ortamı oluşturan mimari yapının önemi büyüktür.

6.2. Örgütlenme (Organizasyon) İşlevi ve Mimari Yapı

Örgütlenme faaliyetiyle işgörene ait yetki, görev ve sorumluluklar tanımlanmakta, departman ayrımı yapılarak, çalışma ortamları belirlenmektedir. Örgütlenme işlevi, organizasyon yapısı kurma faaliyeti olarak da tanımlanabilir. Organizasyon yapısı oluşturma bir dizayn işidir. Dizayn mimarlıkla iç içe olan kavramdır. Mimar kullanıcı eylemlerine göre fiziksel yapıyı, işletme yöneticisi de işletme yönetiminde organizasyon yapısını dizayn eder.

Otel içerisinde yer alan çeşitli fonksiyonlara sahip mekanların aralarındaki karşılıklı ilişkileri düşünülerek doğru yer tahsisi yapılır, gerekli fiziksel araç, gereç ve donanımlarla mimari yapıda konumlandırılır.

Bir örnekle, otel işletmelerinde yeme içme mekanlarının tasarımında servisin sunuş biçimi, self servis olması ya da çalışanlar tarafından masaya servis edilme durumu, yönetim açısından çalışan kişi sayısını, mimari açıdan da yeme-içme mekanında kullanıcı eylemlerini, dolayısıyla da mekan tasarımını etkileyen bir unsurdur.

Yemek yeme aynı zamanda kültürel bir olgudur. Otel işletmelerinde yöresel mutfakların sunulduğu mekanların yanında, dünya mutfaklarının da ayrı bir ünite olarak yer aldığı mekanlar da görülebilmektedir. Otel işletmesinde yer alan bir dünya mutfağı restoranının konuk ağırlama sayısı, ana restorana göre sınırlı sayıdadır. Burada sunulan hizmette personelin kıyafetinden, servisin sunum biçimine, mekanın aydınlatılmasından, renk seçimine, müşterilerin mekanda kalma sürelerinden, oturma alanlarına kadar her şey ana restorana göre farklı organize edilir.

Örgütlemeye yapılan mekan ayrımına göre, otel personelinin kullanması gerekmeyen mekanlara girmesinin engellenmesi ve olası yanlışlıkların önlenmesi için mimari

mekan kullanımında da personele bir takım sınırlamalar getirilir. Master anahtar sistemi (master key) bu kısıtlamaları yönetmek üzere kurulur. Master anahtar sistemi tesiste bulunan bütün kapı kilitlerinin yetkilendirilmesi işlemidir. Yetkilendirmede 1. kademedede tüm kilitleri açabilen anahtar (grand master key) yalnız Genel Müdür'de bulunur. Grand master, tesisin tüm kapılarını açtığı gibi konuk yatak odalarını da açabilecektir. Yetkilendirmede 2.derecede; Departman müdürleri yer alırlar. Departmanlar ise F&B (yiyecek içecek), Teknik, House Keper, İdari İşler, Muhasebe, Önbüro ve Entertainment (eğlence, animasyon) müdür veya şeflerinden oluşabilir. Yetkilendirmede 3.derecede; her departmandaki şefler bu grupta yer alırlar ve yalnız şefi olduğu bölümde bulunan kapıları açma yetkisine sahip olup diğer kapıları açma yetkisi yoktur (Tugay, 2004, s.158).

Örgütlenme faaliyetiyle iş görene ait yetki, görev ve sorumluluklar belirlenerek, departman ayrımı yapılırken; mimari yapı tasarımında da yetki ve sorumluluklara göre personele ait mekan ayrımları yapılmaktadır.

6.3. Yönelme İşlevi ve Mimari Yapı

Yönelmede personelin yeterli düzeyde motivasyonu kişisel başarının ve dolayısıyla örgüt amaçlarına ulaşmada başarılı olmayı getirecektir. Motivasyon, bireysel ihtiyaçlarını doyurma dürtüsü ile koşullanmış çalışanın organizasyonel amaçlara ulaşmak için harcadığı çabadır ve çalışanın motivasyon düzeyi, çalıştığı kurumdan sağladığı maddi ve manevi kazançların, bireysel ihtiyaçlarını ne ölçüde giderdiğine bağlıdır (Sabuncuoğlu, 1984, s.64).

Çalışanlar kuruma (Küçük, 2005, s.251);

Belirli bir zaman dilimi içinde emeklerini,

Önceki işlerinden bilgi birikimi ve tecrübelerini,

Yaratıcılık, sorun çözme, analitik yaklaşım gibi yeteneklerini

Dürüstlük, özveri, sadakat gibi kişilik özelliklerini

Önceki iş çevresi/yakınları gibi nüfuz edebilecekleri çevre ve ilişkilerini verirler

Karşılığında ise kurumdan;

Ücret, prim gibi sosyal kolaylıklar gibi maddi getirileri

Kurumun politikaları ve gelecek potansiyeline bağlı olarak sosyal güvenliklerini

Kurumun imajı ve pozisyonlarının düzeyine bağlı olarak saygı ve statüyü

Eğitim ve yükselme olanaklarına bağlı olarak gelişim potansiyellerini alırlar.

Otel işletmelerinde üretim ve tüketimin eşzamanlı yapıldığı yapılmakta ve hizmeti sunan ve tüketen bireyler aynı mekanda bulunmaktadır. Oluşturulan atmosferik ortamın tüketiciye olduğu kadar çalışanın motivasyonu ve verimliliği üzerine de etkisi vardır. Hizmetin sunulduğu mekanların çalışanlar tarafından pozitif tepkileri keşif, daha uzun kalış, taahhüt, sadakat, organizasyonun bir parçası olma davranışlarını içerir (Bitner, 1992,s.60).

Mekansal düzen içerisinde yer alan makine, ekipman ve mobilyaların boyutu, şekli ve aralarındaki ilişkilere bağlı olarak ideal mesafeleri işgörenin çalışmasını etkileyen bir diğer unsurlardandır.

Dikkatli ve yaratıcı çözümlerle oluşturulan hizmet alanları sayesinde işletmeler, müşterilerin olumlu tepkileriyle dış pazarlamada, içte ise personelin olumlu tepkileriyle örgütsel hedeflere ulaşmada katkı sağlanması mümkün olabilir. Fiziksel tesis hakkında kararlar, insan kaynakları açısından çalışanı elinde tutma, çalışan verimliliği; operasyonel açıdan verimlilik ve maliyet azaltma; pazarlama birimi açısından tüketici memnuniyeti üzerinde etkisi görülebilir (Bitner, 1992, s.68).

6.4. Denetim (Kontrol Etme) İşlevi ve Mimari Yapı

Otel işletmeleri insan gücüne dayanan, emek yoğun işletmelerdir. Çalışan sayısının fazla oluşu ve sunulan hizmette aksaklıkların yaşanmaması için personelin sürekli denetim altında tutulma zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Bir çok işletmede, niceliksel performansın değerlendirilmesine yönelik günlük, haftalık veya aylık resmi raporlar hazırlanmaktadır. Bu raporlarla işletmenin amaç ve hedeflere ulaşmak için belirlediği standartların yakalanması hedeflenmektedir. Ancak, çoğu yönetici sadece hazırlanmış olan raporlardaki niceliksel ölçümlerle sınırlı kalmayıp işletme içinde

gözlem yapmayı tercih etmektedir. Böylece, daha ayrıntılı fikir edinmeyi amaçlamaktadır. Özellikle, hizmet üretimi ile tüketiminin eş zamanlı olduğu otel işletmelerinde çalışanların müşteriler ile ilişkileri veya müşterilerin memnuniyeti gibi değerlendirmelerde gözlem yapma tercih edilebilir (Kozak ve diğer., 2002, s.48).

Mimari yapı tasarlanırken denetleme statüsü olan birimlere ait mekanlar, çevrenin rahat bir şekilde gözlemlenebilmesini amacıyla merkezi bir noktada konumlandırılır. Örneğin; otel işletmelerinde ön büro, müşterilerin otele giriş çıkışının yapıldığı, diğer bölümlerle işbirliğinin ve koordinasyonun sağlandığı birimdir. Bir nevi otelin beyni olarak görev yapmaktadır. Ön büro otele giren çıkan insanların denetlendiği noktadır. Diğer taraftan yatak odası katlarına çıkan asansörlerin ve merdivenlerin ön büronun görüş açısının içinde bulunması, yatak odası katlarının denetimini sağlar. Bu nedenle ön büro lobi içerisinde denetimin rahatlıkla yapılabileceği şekilde stratejik bir noktada konumlandırılır.

Otel işletmelerinde çeşitli konularda denetim faaliyetleri yürütülmektedir. Mali denetim, stok denetimi, insan kaynakları denetimi, kullanılan araç ve gereçlerin denetimi, mimari yapı denetimi gibi.

Mimari yapı denetiminde yapım aşamasında belirli bir fonksiyona göre dizayn edilmiş mekan, gelişen teknolojiyle atıl durumda kalmış olabilir. Örneğin; otelin ilk yapım aşamasında internet erişimini sağlamak üzere ortak bir mekan tasarlanmışken, gelişen teknoloji ile kablosuz ağ (wi-fi) sisteminin gelmesiyle müşterilerin internet gereksinimleri odalarında sağlanabilmektedir. Bu durumda internet erişimi için tasarlanmış olan ortak alan atıl kalabilmektedir. Yapılan denetim ve alınan kararlar doğrultusunda bu mekanın farklı değerlendirilmesi söz konusu olabilir.

Kontrol olmadan işletmenin amaçlarına ne derece ulaşılabildiğini anlamak olanaksızdır. Kontrol yönetim sürecinin tamamlayıcı fonksiyonudur, işletmenin her alanında gerçekleştirilmelidir. Yapılan denetim sonucunda oteller zaman zaman yenileme kararları alabilirler, yenilenme gelişen teknolojiye uyum sağlama, değişen tüketici talepleri karşısında sektörde uzun süre yer alma açısından gerekli olabilir.

7. SONUÇ ve ÖNERİLER

Otel işletmelerinin sabit yatırım maliyetleri yüksektir. Bu maliyetlerin büyük bir kısmını mimari yapı oluşturmaktadır. Yatırımcı açısından mimari yapının kaçınılmaz olacağı önemlidir. Konaklama tesisleri ticari işletmelerdir ve yatırımcının da koymuş olduğu sermayenin geri dönüşümünü istemek en doğal hakkıdır. Pazara etkili bir tasarımla girmek yüksek satış oranlarına bağlı olarak, yatırım sermayesinin kısa sürede geri dönüşümünü sağlayabilmek için gereklidir. Günümüzde tasarım bir pazarlama aracıdır. Otel işletmelerinde etkileyici mimari yapı tasarımı artık lüks değil, piyasada rakipler arasından sıyrılarak üstünlük sağlamada zorunluluk haline gelmiştir.

Otel mimari yapı projelendirmesi yapılırken en önemli tasarım girdisi müşteri olmalıdır. Turizm sektörü değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarına göre şekillenmektedir. Mimari yapı tasarımı yapılırken mevcut pazar iyi analiz edilmeli, gelecekte müşteri ihtiyaçları, eğilimler neler olabilir kapsamlı bir şekilde araştırılmalıdır. Pazarda tüketici ihtiyaç ve isteklerinde yaşanan değişimler pazar bölümlendirmeyi, otellerin karşıladıkları ihtiyaca göre farklılaşmasını ortaya çıkarmıştır. Havaalanı otelleri, balayı otelleri, aile otelleri, hayvan dostu otelleri gibi. Bu farklılaşma mimari yapı projelendirmesine de yansımaktadır. Tasarım ekibinin işletmenin amaçlarına ulaşması için hizmet sunumunun gerçekleştirilmesi düşünülen hedef kitle grubuna yönelik yapı sanatını en iyi şekilde uygulaması gerekmektedir.

Teknoloji hızla gelişmektedir, otel mimari yapı projelendirmesinde teknolojinin işletme verimliliğine katkı sağlamak üzere kullanılması etkili tasarımın önemli göstergelerindedir. Farklı, gösterişli, etkili tasarıma sahip bir mimari yapı müşterilerin satın alma kararında yönlendirici rol oynamaktadır.

Müşterilerin otel nitelikleri arasında önemle üzerinde durduğu nokta konuk odası tasarımıdır. Tüketici ihtiyaçlarına göre konuk odası tasarımları yapılırken güvenli, rahat, huzurlu, konforlu mekanların yaratılması önemlidir. Geçmiş yıllarda yapılan

oda tasarımları ihtiyaca yönelik donanımları içerirken günümüzde konuk odası anlayışı ev gibi, konut gibi yaklaşımlarla rahatlık ve konfor ön plana çıkartılmaya çalışılmaktadır. Otel yönetimi misafirlerinin konaklama deneyimlerini geliştirmek için etkili mimari yapı kurgusunu oluşturma yollarını proje tasarım ekibiyle beraber araştırmalıdır.

Otellerde üretim ve tüketimin eşzamanlı yapılmaktadır. Hizmet sunumu esnasında müşterilerle beraber çalışanlar da aynı atmosferi paylaşmaktadırlar. Mimari yapı dizaynı çalışan üzerinde olumlu ya da olumsuz görüşlere neden olabilmektedir. Olumlu görüşleri olan çalışanın insan kaynakları alanında getirileri işletmede uzun süre kalış, verimlilik, motivasyon ve organizasyonun bir parçası olma arzusudur. Çalışanların zaman baskısı altında uzun süre aynı mekanda çalıştığı düşünüldüğünde mimari yapı iç mekan tasarımının çalışanın iş akışını engellemeyecek şekilde yapılması gerekmektedir.

Otel işletmelerinin faaliyete geçmesinden sonrasında ortaya çıkan fiziki değişiklikler ekstra maliyet gerektirmekte, otel işletmelerinin verimliliğini düşürmektedir. Hatta kimi zaman tesisin uzun süre kapalı kalmasına sebep olmaktadır. Bunlar göz önüne alınarak tasarım aşamasında projenin fonksiyonel çözümü ve esnekliği üzerine gidilmesi gerekmektedir. Kullanılacak malzemelerin kalitesi, teknolojinin hizmet akışına uygun olarak uyarlanması işletme verimliliği için önemlidir. Aksi takdirde uygulama sonrasında yaşanan aksaklıkların maddi zararı yatırımcılara, projenin sıkıntıları tasarımcıya, müşteri tepkileri yönetime yüklenecektir. Bu açıdan mimari yapı tasarımı yapılırken yatırımcı, işletmecisi ve tasarımcının çok iyi organize olması gerekmektedir.

05.03.2011 tarih ve 27865 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik”te değişiklik yapılmasına dair yönetmelikte belirtilen, her otelin yıldız sayısına göre sahip olması gereken donanım ve ekipmanlardır. Bu kanun ve yönetmeliklerde kullanılan açıklamalar çok geneldir. Turizm sektörü değişen tüketici istek ve ihtiyaçlarına göre şekillenmekte ve oluşan ihtiyaçlar doğrultusunda tesis donanımlarına yenileri eklenmektedir.

Sonuç olarak; günümüzde otel yönetiminde etkili mimari yapı bir “değer” ifade etmektedir. Bu değer müşterilerin olumlu tepkileri ile pazarlama alanında, çalışanların olumlu tepkileri ile insan kaynakları alanında, operasyonel verimliliğin ve yapı ticaret ve sermaye değerliliğinin artışı ile finans alanında getiri sağlamaktadır. Günümüzde etkili mimari yapı tasarımı otel yönetiminde bir lüks değil, işletme hedef ve amaçlarına ulaşmak için gerekliliktir.

KAYNAKÇA

Abalı, A.Z., (1995), “*Yerel Mimari Şekillerin ve Malzemelerin Kullanılması-Bu Sadece Bir Tarz mı Yoksa Gerçek Bir İhtiyaç mı?*”, 2000 Yılına Doğru Turizm Mimarlığı Paneli- 22 Nisan 1993, Boğaziçi Üniversitesi Matbaası, İstanbul.

Akıncı, Z., (2006), “*Sürdürülebilir Turizm Açısından Özel İlgi Turizminin Değerlendirilmesi*“, Turizm ve Mimarlık Sempozyumu, 28-29 Nisan 2006, Mimarlar Odası Antalya Şubesi Yayını, Antalya.

Altın, M., (2006), “*Dünyada ve ülkemizde Mimari Turizm*“, Turizm ve Mimarlık Sempozyumu, 28-29 Nisan 2006, Mimarlar Odası Antalya Şubesi Yayını, Antalya.

Altun, S. ve İnceoğlu M., (2006), “*Tatil Amaçlı Konaklama Tesislerinde Zamana Bağlı Değişim*”, İTÜ Dergisi/a Mimarlık Planlama Tasarım, C.5, S.2, Eylül 2006.

Altun, S. ve Uçar, A., (2004), “*Antalya’daki Turizm Yapılarında Kullanılan Tarihsel Ögelerin Görsel Anlam Olarak Değişimi*”.

Arcan, E.F. ve Evcı, F., (1999), “*Mimari Tasarıma Yaklaşım 1 Bina Bilgisi Çalışmaları*”, Tasarım Yayın Grubu, İstanbul.

Arslan, O., (2006), “*Turizmde Niş Pazarlama Stratejileri ve Uygulamaları*”, Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Atik, M. ve Sayan, S.,(2006), “*Turizm ve Çevre; Turizm ve Rekreasyon Faaliyetlerinin Doğal Kaynaklar Üzerindeki Etkileri*”, Turizm ve Mimarlık Sempozyumu, 28-29 Nisan 2006, Mimarlar Odası Antalya Şubesi Yayını, Antalya.

Barutçugil, S. İ., (1989), “*Turizm İşletmeciliği*”, Beta Basım Dağıtım, 3.b.

Bayrak, S., (2001), “*İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk*”, İstanbul, Beta Yayınevi.

Bitner, M. J., (1992), “*Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees*”, Journal of Marketing, Vol. 56, April 1992.

Can, L., (2004), “*Beş Yıldızlı Otellerin Tasarım-İşletme İlişkisinin Tartışılması İstanbul Üzerine Bir Araştırma*”, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Forster, K. (1993), “*Factors Influencing The Design of Hotels*”, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 5, No:2, 1993.

Güran, C., (1976), “*Türk Hanlarının Gelişimi ve İstanbul Mimarisi*”, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.

- Hess, A., (1997), “*The Casino Craze and Architecture*”, Architectural Record, 3, s.76-79.
- İzgi, U., (1999), “*Mimarlıkta Süreç, Kavramlar –İlişkiler*”, 1.Baskı, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul.
- Karahan, K., (2000), “*Hizmet Pazarlaması*”, Beta Basım A.Ş., Yayın No.1040, Kayseri.
- Kastarlak, B.I., (2006), “*Turizm Geliştirme Planlaması Temel Bilgileri*”, Turizm ve Mimarlık Sempozyumu, 28-29 Nisan 2006, Mimarlar Odası Antalya Şubesi Yayını, Antalya.
- Karasakaloğlu D. ve Zengel R., (2010), “*Yok-mekanlarda Kaybolma Algısı Mardan Palace Otel*”, Arredamento Mimarlık Dergisi, Ekim 2010, s.99-104.
- Kenger, E., (2001), “*Denetçi Yardımcıları Eğitim Notu*”, Yüksek Denetim Kurulu, http://www.ydk.gov.tr/egitim_notlari/denetim.htm#d1 , erişim: 05.03.2011.
- Koçel, T., (2010), “*İşletme Yöneticiliği*”, Genişletilmiş 12. Baskı, İstanbul, Beta Basım Yayım.
- Kozak, N., Kozak, M.A., Kozak, M., (2001), “*Genel Turizm İlkeler- Kavramlar*”, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M.A., Azaltun, M., Sarıışık, M., Çakıcı, A.C., Sökmen, A., Çetinsöz, B.C., (Ed.), (2002), “*Otel İşletmeciliği*”, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Kozak, M.A., Emeksiz, M., Kozak, N. (Ed.), (2002), “*Otel İşletmelerinde Konaklama Hizmetleri*”, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kuban, D., (1992), “*Mimarlık Kavramları*”, İstanbul, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, 4. Baskı.
- Küçük, F., (2005), “*İnsan Kaynakları Açısından Kurumsal İmaj*”, Fırat Üniversitesi Sosyal bilimler Dergisi, C.15, S.2, s.247-266.
- Maviş, F., (2006), “*Otel Yönetimi*”, Ankara, Detay Yayıncılık, 1.Baskı.
- Olalı, H., (1984), “*Turizm Dersleri*”, İzmir, İstiklal Matbaası.
- Olalı, H. ve Korzay M., (1993), “*Otel İşletmeciliği*”, İstanbul, Beta Basım Yayın.
- Ransley J. ve Ingram H., (2001), “*What is “Good” Hotel Design?*”, Facilities, Vol.19, Number1/2, pp.79-86.
- Reneghan L.M. ve Dube L., (2000), “*Creating Visible Customer Value*”, Cornell Hospitality Quarterly, Şubat 2000, Vol. 41, 1.

Rutes, W.A., Penner, R., Adams, L., (2001), “*Challenges in Hotel Design: Planning The Guest-Room Flor*”, Cornell Hospitality Quarterly, Aug/Sep-2001, 42,4, pg.77.

Sabuncuoğlu, Z., (1984), “*Çalışma Psikolojisi*”, Bursa, Uludağ Üniversitesi Basımevi.

Siguaw J.A. ve Enz C.A., (1999), “*Best Practices in Hotel Architecture*”, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, October 1999, pg.44-49.

Şener, B., (1997), “*Modern Otel işletmelerinde yönetim ve Organizasyon*”, Ankara , Gazi Kitabevi, Geliştirilmiş 2.Baskı.

Şengül, R., (2007), “*Henri Fayol’un Yönetim düşüncesi Üzerine Notlar*”, Celal Bayar Üniversitesi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, C.14, S.2.

Topaloğlu, M. ve Sökmen A., (2002), “*Kıyaslama(Benchmarking) Kavramı ve Otel İşletmelerinde Uygulanabilirliği Üzerine Kavramsal Bir İnceleme*”, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, S.2.

Tugay, Ş., (2004), “*Otel ve Tatil Köyleri Planlama Rehberi*”, Antalya, Mimarlar Odası Antalya Şubesi Yayınları 10/4.

Tugay, Ş., (2006), “*Turizmde Mimari Ölçek*”, Turizm ve Mimarlık Sempozyumu, 28-29 Nisan 2006, Mimarlar Odası Antalya Şubesi Yayını, Antalya.

Türksoy, A., (2007), “*Konaklama İşletmelerinde Mali Başarısızlığa Yol Açan Etmenler*”, Ege Akademik Bakış, 7 (1) 2007, s.99-115.

Yıldız S. ve Algür S., (2006), “*Değişen Tüketici Eğilimleri Çerçevesinde Temalı Oteller ve Tercih Edilme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma*”, Turizm ve Mimarlık Sempozyumu, 28-29 Nisan 2006, Mimarlar Odası Antalya Şubesi Yayını, Antalya.

Zemke, D. M. ve Shoemaker, S., (2006), “*Scent Across a Crowded Room: Exploring the Effect of Ambient Scent on Social Interactions*”, Hospitality Management, doi:10.1016/j.ijhm.2006.10.009, 1-14.

Zeisel, J., (1984), “*Inquiry by Design: Tools for Environmental-Behaviour Research*”, Brooks / Cole Publishing Co., ABD.

İnternet Kaynakları

http://www.e-architect.co.uk/madrid/hotel_puerta_america.htm

http://www.e-architect.co.uk/images/jpgs/ireland/hotel_europe_spa_ga220609_5.jpg

http://www.e-architect.co.uk/images/jpgs/dubai/abu_dhabi_marina_hotel_ka3_210308_6.jpg

http://www.e-architect.co.uk/images/jpgs/dubai/abu_dhabi_marina_hotel_ka3_210308_1.jpg

http://www.e-architect.co.uk/images/jpgs/dubai/abu_dhabi_marina_hotel_ka3_210308_12.jpg

<http://forum.arkitera.com/showthread.php/15281-%C4%B0stanbul-Hilton-Oteli>

<http://www.hedefatil.com/tur-detay.asp?uid=607>

<http://www.hiresortlbv.com/guestrooms.html>

<http://www.hoteles-silken.com/hotel-puerta-america-madrid/files/2010/10/p1-es.pdf>

<http://www.hoteles-silken.com/hotel-puerta-america-madrid/en/habitaciones/jean-nouvel/fotos/>

<http://www.openbuildings.com/buildings/w-istanbul-profile-4130.html>

<http://www.perapalace.com/tr-TR/fotograf-arsivi/60.aspx>