

## Tasarım Kavramı ve Otel İşletmelerinde Tasarımın Önemi

Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY<sup>1</sup>

Öğr. Gör. Didem UZUN<sup>2</sup>

### ÖZET

Günümüzde insanların değişen turizm algısıyla beraber, tatil ihtiyaçlarında da önemli değişiklikler olmuştur. Yoğun iş temposuyla yıl boyu çalışan insanlar tatillerinde kendilerini ayrıcalıklı ve özel hissetmek istemektedir. Bu nedenle artan turizm çeşidi teknolojik gelişmelerle de uyumlu halde gelişmektedir. İnsanlar sıradan tatiller yerine tasarım otelleri, sanat otelleri gibi farklı otellerde konaklama, farklı deneyimler yaşama arzusundadır. Otel işletmeleri arasında, değişen müşteri beklentileriyle beraber rekabetçi üstünlük sağlama çabası da artmaktadır. Bu çalışmada günümüzde otellerin farklı olma çabasıyla yaptıkları tasarımlara yer vermeye çalışılmış ve bu tasarımlar örneklendirilmiştir. Ayrıca değişen trendlerle müşteri beklentilerinin sadece dış tasarımlar olmadığı, müşteri odaklı hizmetlerinde yeni tasarım modelleri arasında yer aldığı saptanmıştır. Gelişen teknoloji ve dijital dünya beraberinde yepyeni tasarımlar getirmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Otel, Tasarım, Müşteri Beklentileri

---

<sup>1</sup> Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, [dogdubay@balikesir.edu.tr](mailto:dogdubay@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Bingöl Üniversitesi, Bingöl Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, [didemuzun@bingol.edu.tr](mailto:didemuzun@bingol.edu.tr)

# Concept of Design and Importance of Design in Hotel Management

## ABSTRACT

Today, together with the changing tourism perception of people, there have been significant changes in their holiday needs. People who work all year round with their busy work schedule want to feel privileged and special during their holidays. For this reason, the increasing type of tourism develops in line with technological developments. Instead of ordinary holidays, people want to stay in different hotels such as design hotels, art hotels and have different experiences. Among the hotel businesses, the effort to provide competitive advantage is increasing with the changing customer expectations. In this study, it has been tried to include the designs made by the hotels in an effort to be different today and these designs are exemplified. In addition, it has been determined that with the changing trends, customer expectations are not only exterior designs, but are among the new design models in customer-oriented services. Developing technology and the digital world bring brand new designs.

**Keywords:** Hotel, Design, Customer Expectations

## GİRİŞ

Otel odası tasarımlarında dikkat edilen en önemli unsurlardan birisi de müşteriye evinde hissettirmektir. Otel odası tasarlanmadan önce odanın türü, konaklayacak kişi sayısı, yatak adedi, müşteri profili, otelin konumu, sahip olduğu iklim, çevresel ve kültürel faktörler, geceleme süresi, konaklama amacı gibi pek çok unsurun göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Son dönemlerde insanlar tatil seçerken sadece geceleme değil, o bölgenin atmosferini de yaşamak istemektedir. Otel mekanlarının mimarisi ve tasarımının etkileri üzerine yapılan pek çok çalışma vardır. Yapılan bu çalışmalarda gürültü, müzik, renk, iç düzen, kullanılan malzeme gibi çevresel faktörlerin misafirleri ve personeli etkilediği görülmüştür. Genellikle bir otel odasında gerçekleşen uyuma, dinlenme, çalışma, soyunma-giyinme, tv izleme, yıkanma gibi eylemlerin yapıldığı alanlar standartlaştıkça turistlerin ilgisini çekmemektedir (avys.omu.edu.tr: 2-7).

Son günlerde popüler hale gelen Metaverse ile beraber turizmde de köklü değişiklikler olacağı düşünülmektedir. Sektör yeni bir dünyaya hazırlanmaktadır. Metaverse’te kurulacak otellerle yeni bir tatil anlayışı ve yeni tasarımlar ön plana çıkacağı ön görülmektedir. Dünyanın en büyük beş turizm fuarı arasında yer alan 25. EMITT -Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı’nda da dijitalleşme, yapay zeka ve Metaverse konuları üzerinde durulmuştur. Önümüzdeki 10 yıl içinde milyarlarca insanın Metaverse evreninde yer alacağı da konuşulan konular arasında yer almıştır. Metaverse’te kurulacak otellere kripto paralarla hizmet satın alabilmenin de mümkün olacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla bu yeni teknolojiler ve gelişmeler ışığında dijital dünyanın önem kazanmasıyla beraber oteller eskisi gibi olmayacaktır. Bu durum her otelde yeni ve özellikle teknolojik tasarımlar ihtiyacını doğurmaktadır (mahalligundem.com).

Yeni tasarım anlayışıyla beraber otel işletmelerinin fantastik, gerçeküstü nitelikler kazandığı görülmektedir. İnsanlara alışılmış olanın dışına çıkmak için isim seçiminden iç dekorasyonuna, çevre düzenlemesinden çalışanların kıyafetlerine kadar temalandıran mekanlar, bazı sosyal bilimcilere göre “disneyleşme” ve “mış gibileşme” eğilimleri göstermektedir. Bu tür fantastik mekanların çekiciliğinin de arttığı söylenmektedir. Turizm sektörünün baştan sona en ince ayrıntısıyla tasarlanan bir sektöre dönüştüğü küresel pazarda, tasarım oteller her geçen gün biraz daha popüler hale gelmektedir (Yenal, 2013:16).

## **KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’ in ikinci kısmında belirtilen tesis türleri arasında birinci bölümdeki konaklama tesisleri kapsamında bulunan oteller; “asli fonksiyonları müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme- içme, toplantı, kutlama etkinlikleri, spor ve eğlenceye yönelik üniteleri de bünyesinde bulundurabilen tesisleri” ifade etmektedir (Resmi Gazete, 2019: 14).

Günümüzün kurumsal otelleri büyük kitlelere hizmet vermektedir. Müşterilerin konaklama işletmesinden temel beklentileri rezervasyon, giriş/çıkış kolaylığı, müşteri odası, yiyecek ve içecek, otel hizmetleri ve ücretler ile ilgili karmaşık bir bütündür. Fakat en basite indirildiğinde müşteriler otele uyumak için gelirler. Eğer ki otelin en temel ürünü, yani konforlu bir uyku müşteriye sağlanmışsa, müşteri bazı eksik detayları görmezden gelebilir (Duyar, 2007: 32). Bu kapsamda oteller, en çok müşteri odalarının tasarımlarında farklılaşmaya gitmektedir. İstanbul’daki Point Hotel Barbaros, otellerin uyku satmasını temel alarak, 'sweet dreams' konseptini geliştirerek, ninniler, özel yataklar ve yastık menüleri hazırlamışlardır. Ayrıca otelde Kaliteli Uykunun 101 Sırrı adlı kitabı misafirlerin yataklarının başuçlarına koyulmaktadır. Ve dünya milletlerinin ninnilerinden oluşan bir CD de kalan misafirlere hediye edilmektedir (Durna, 2011: 75).

## **Tasarım Kavramının Analizi**

Literatür incelendiği zaman; tasarımla ilgili birçok farklı kavramla karşılaşılmaktadır. Tablo 1.’ de bu kavramların bazılarına yer verilmiştir.

**Tablo 1.** Tasarımla ilgili kavramlar.

<b>TASARIMLA İLGİLİ BAZI KAVRAMLAR</b>	
İnam, tasarımın çevreye ve ortama takılan tavır ile başladığını söyler. Mekân tasarlamamanın da temelde bir insan, o insanın yaşayacağı dünya tasarlamak olduğunu söylemektedir.	<b>İnam (1992: 186)</b>
Herkesin ilgili olduğu bir insan eylemidir, problem ve ihtiyaçların belirlenmesi ve öncelikle tespit edilmesi sürecidir.	<b>Green (1974)'den aktaran (Can 2004: 25)</b>
Tüm insanlar tasarımcıdır. Tasarım temel bir insani özellik olduğu için, yaptığımız her şey, hemen her zaman tasarımdır.	<b>Victor Papanek (1971) 'den aktaran (Er, 2009)</b>
Mevcudu tercih edilen duruma dönüştürmek amacıyla eylemde bulunan herkes tasarım yapar.	<b>Herbert Simon (1969) 'den aktaran (Er, 2009)</b>
İyi tasarım satış grafiğinde yukarıya doğru yükselen bir eğriden ibarettir.	<b>Raymond Loewy (1949) 'den aktaran (Er, 2009)</b>
Tasarım aynı zamanda kullanıcının "ürün" veya "hizmet" olarak algıladığı, tasarımcının bu algıyı yarattığı süreçtir.	<b>Er, 2009</b>
Tasarım, bir ürünün tümü, bir parçası veya üzerindeki süslemenin çizgi, şekil, biçim, renk, doku, malzeme gibi insan duyuları ile algılanan çeşitli unsur ve özelliklerinin oluşturduğu bütündür.	<b>TPE, 2013</b>

### **Otel İşletmelerinde Tasarımın Önemi**

"Amerika Grafik Sanatlar Enstitüsü" olarak kurulan fakat günümüzde bütün tasarım alanlarını kapsayan en eski tasarım birliği AIGA 1914 yılında kurulmuştur (Selamet, 2012:130).

Tasarım kavramı yaratıcılık ve yenilik kavramlarıyla bir arada kullanılmaktadır. Tasarım, yaratıcılık ile inovasyon arasındaki bağlantıdır. Fikirlere, onları kullanıcı veya müşteriler için pratik ve çekici tekliflere dönüştürerek biçim verir. Tasarım belli bir amaç için harekete geçirilen yaratıcılıktır (Er, 2009).

Stein (1953)'e göre ise yaratıcılık içinde bulunduğu kültüre bağlı olarak betimlenmesi gerekir. "Yenilik" ya da "yeni olmak", yaratıcı üretimin eskisinden farklı bir biçimde olması demektir. Var olan bilgi ya da materyal, yeni bütünleşmeler gerektirebilir, ancak aynı zaman da yeni öğeler de içermelidir (Önal, 2011: 156).

San (1985) ise "yaratıcı süreçleri oluşturan, sadece zihnin düşünsel yetileri değil, aynı zamanda duyular, duygular, imgelem gücü gibi yetiler ve bunların tümünün birbirleriyle bağlantılarıdır" demiştir (Önal, 2011: 156).

BusinessWeek (2005) dergisine göre, insanların 1990'larda inovasyondan bahsettiklerinde kastettikleri teknolojiyen, şimdi inovasyon denildiğinde gerçekte kastettikleri tasarımdır.

Temel olarak yaratıcılık bir tasarımcı ve ürün arasında ortaya çıkan bilişsel mekanizmalar ile oluşur. Bu mekanizma içerisinde bireye ait olan tüm kişisel, sosyal, kültürel ve psikolojik bileşenler etkindir (Er, 2009).

Önal (2011), çalışmasında mimari tasarım sürecini, yaratıcı bilişsel bir süreç olarak değerlendirilmiştir. Tasarım sürecinin tanımlanabilmesi yaratıcılık aktivitesinin bileşenlerinin tariflenmesi ile doğru orantılıdır. Tasarlama eylemi de bu yaratma bilgisinin kullanıldığı bilişsel bir süreçtir. Yaratıcı süreç temel olarak yaratıcı düşüncenin üretilmesi, bu düşüncenin yorumlanması, keşfedilmesi ve ürünün geliştirilmesidir (Önal, 2011: 160- 161).

Türk Patent Enstitüsünün açıkladığı şekilde ise tasarımda yenilik şu şekildedir; bir tasarımın aynısı başvuru tarihinden veya rüçhan (öncelik) tarihinden önce dünyanın herhangi bir yerinde kamuya sunulmamış ise o tasarım yeni kabul edilir. Tasarımlar sadece küçük ayrıntılarda farklılık gösteriyorsa aynı kabul edilir.

Tasarım hukukumuz açısından mutlak yenilik kriterinden anlaşılması gereken, tasarımın o zamana kadar mutlak manada var olmaması değil, onun daha önce kamuya sunulmamış olmasıdır (Güzel, 2008: 27).

Patent hakkı ise, sınırlı bir süre ve yer için üçüncü kişiler tarafından buluşun izinsiz olarak üretilmesini, satılmasını veya kullanılmasını engelleme yoluyla sahibine tanınan tekel haklarıdır (Türk Patent Enstitüsü, 2012). Patent hakkı tasarımın, üçüncü kişiler tarafından tasarım hakkı sahibinin izni olmaksızın üretilmesini, piyasaya sürülmesini, satılmasını, ithal edilmesini, sözleşme yapmak için icapta bulunmasını, ticari amaçla kullanılmasını veya bu amaçlarla elde bulundurulmasını engeller (TPE, 2013).

Güzel bir örnek, havuz başında daha hızlı servis yapabilen patenli barmaidlerdir. Hem havuz başında hem de bar içinde artistik hareketlerle misafirlerin beğenisini kazanan patenli barmaidler hem bir an önce serinlemek isteyen turistlerin içeceklerini çok daha hızlı ulaştırmakta, hem de güneş altında yorulmadan çalışma fırsatı bulmaktadırlar (Durna, 2011: 76).

Günümüzde, basit bir aktivite olmaktan çıkan tasarım, inovasyon aşamasındaki pek çok ülke için daha yüksek rekabet gücüne erişmek adına stratejik bir araca dönüşmüştür. Tasarım, “World Economic Forum”, “Institute of Management Development” gibi ekonomik organizasyonlar tarafından en üst düzeylerde rekabet edebilirliği sürdürmek için önemli bir değişken olarak kabul edilir. Ayrıca Avustralya, Finlandiya, Japonya, Yeni Zelanda, Birleşik Krallık ve ABD gibi ülkeler; ulusal politikaları, tasarım programları ve tasarım konseylerinde gösterdikleri özenle tasarımın önemini vurgulamaktadırlar. Bugünün dünyasında tasarım, ekonomik açıdan stratejik bir araç olmanın yanında, halkın refahı ve doğanın selameti için de önemli bir unsur olarak kabul edilir (Selamet, 2012:127-128).

Otel endüstrisi, ürün ve hizmetlerde yenilik geliştirmenin önem arz ettiği alana ideal bir örnek oluşturmaktadır. Victorino vd. (2005: 556), bunu üç nedene dayandırmaktadır. İlki; bir müşteri bakış açısıyla otel piyasası, çok sayıda birbirine benzer ürünlerin/hizmetlerin sunulduğu bir endüstridir. Shomaker ve Lewis’ de (1999: 346), günümüzde aynı pazar segmentine hitap eden otellerin sunmuş oldukları ürünler/hizmetler arasında birbirine çok fazla benzerlik olduğunu öne sürmektedir. Bu durum, otel yöneticilerini rakip otellerle rekabette güç durumda bırakabilmektedir. Böyle bir ortamla karşı karşıya kalan oteller için çözüm yollarından biri, müşterilerine yeni ve farklı bir özelliği olan ürün/hizmet sunmaktır. İkincisi; otel yöneticilerinin, dinamik ve hızla değişen bir çevrede rekabetçi kalabilmek için müşteri

tercihleri, kalite ve teknoloji gibi gittikçe daha fazla öneme sahip alanlarda değişiklik yapmaya ihtiyacı vardır. Üçüncüsü ise; günümüz seyahatçileri sadık müşteri davranışı göstermemektedir. Turistler, günümüzde kendilerine en iyi öneriyi sunacak otelleri tercih etmektedirler. Bu açıdan otel yöneticileri, sunmuş oldukları hizmetleri, müşterilerinin beklentileriyle buluşturmak zorundadır (Erdem, 2010: 120).

### **Değişen Oteller ve Müşteri Beklentileri**

Powers' a göre otel endüstrisi, müşteriler ve onların ihtiyaç duydukları ve talep ettikleri ürün ve hizmetler tarafından şekillenmektedir (Erdem, 2010: 119)

Amerika Boston'daki Sheraton ilk büyük otel yapısı olmuştur. Amerika Texas'daki Hilton Paracio del Rio Hotel, beton prefabrike modüllerle inşa edilen ilk oteldir. 1970 yılına gelindiğinde Atlanta'da kurulan Hyatt Regency Otellerinin, otelcilik alanında çok farklı bir tasarım ve mimari örnekler gösteren bir döneme girdiği ve otellerde kart anahtar kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Amerika Orlando'daki Walt Disney World ilk büyük otel eğlence merkezi olarak açılmıştır (Balım, 2005: 8-9)

Hotel Design Show'daki otel odası yaptığı farklı tasarımlarla Japonya'daki meyve vermeyen kiraz ağacı kutsal sakura felsefesinde otel odaları tasarlamıştır. Baharın müjdecisi olarak görülen sakura, solmadan çiçeklerini döktüğü için ölüm ile yaşamın birlikteliğini ifade eden bir felsefeye sahiptir. Bu felsefe üzerine yaşamla ölümün yakın olduğu ve yeni başlangıçları simgelediği bir otel odası yapılması amaçlamıştır (projem.com).

Otel sektöründe geçmişe bakıldığında önemli değişiklikler kaydedilmiştir. Konaklama anlamında ilk olarak şehirlerarası hanlar ortaya çıkmıştır. Günümüz otellerinin ise ilk örnekleri sayılabilecek olan Posting Houses M.Ö.200 ve M.S.500 yılları arasında gelişmiş ve seyahat edenlerin konaklama ihtiyacını karşılamıştır. Daha sonraki yıllarda ise seyahat edenlere; yer, yiyecek ve içeceğin sağlandığı ve Romalı rahipler tarafından idare edilen Roman Haspice'lerin gelişmesi bunu takip etmiştir. 1700'lerde Amerika'da kulüp evleri oluşturulmuş ve termal resortlar ortaya çıkmıştır. 1760 yılından sonra otel terimi ilk defa İngiltere'de kullanılmaya başlanmıştır. Tren yollarının ortaya çıkmasıyla, otel gelişimi terminallerin yanında oluşmuştur (Balım, 2005: 5-6)

1800'lerde ilk görkemli kulüp evleri inşa edilmiş ve ilk buharlı gemi denize indirilmiştir. New York şehrinde otel fonksiyonunu yerine getiren City Hotel açılmıştır. City Hotel kısmi de olsa gaz ışığı ile aydınlatılan ilk oteldir. 1829 yılında gerçek anlamda otel diyebileceğimiz Tremont House Boston'da oda içinde tuvaletleri, kapı kilitleri ve a la carte mөнüsüyle ilk lüks şehir merkezi oteli unvanını kazanmıştır. Odalara ilk defa su getirmiş, odalara ücretsiz sabun konulmuş ve kapılara kilit takılmıştır. 1830 yılında New York'da American Hotel baştan aşağı gaz ışığı ile aydınlanan ilk otel, New York'daki Holt's Hotel eşyalar için asansörü bulunan ilk otel, Londra'daki Euston Station Hotel ise ilk gar otel örneklerini oluşturmaktadır. 1881 yılında New York'daki Hotel Everet kısmen elektrik ışığı ile aydınlanan ilk otel, New York Lake George'deki Sogomore Hotel tüm odaları elektrik ışığı ile aydınlanan ilk oteldir. 1890 yılında İsviçre Lousanne de Ecole Hoteliere adında ilk otel okulu açılmıştır (Balım, 2005: 8).

### **YÖNTEM**

Çalışmada tasarım kavramı açıklanmaya çalışılmış ve otellerdeki tasarım uygulamaları örnekleri üzerine ikincil veri kaynaklarından faydalanılarak literatür çalışması yapılmıştır.

## BULGULAR VE TARTIŞMA

Hızla çeşitlenen yaşam biçimleri, farklılaşan kullanıcı/ müşteri gereksinim ve istekleri, fiyat rekabetinin yoğunlaşması, dinamik toplumsal ve kültürel yapı, piyasaların küreselleşmesi gibi nedenlerden dolayı tasarım kavramı giderek daha da önem kazanmaktadır (Er, 2009)

Değişim olgusuna uyum sağlayamayan işletmelerin yaşam şansının giderek azalacağı öne sürülmektedir. Küresel rekabet ortamında örgütlerin varlıklarını uzun süre sürdürebilmeleri, bir takım rekabet unsurlarına sahip olmalarını gerektirir. Bu açıdan stratejik etkinlik, ortaklaşa rekabet, ürün ve hizmet kalitesi, maliyet azaltma, yenilik yaratma, süreklilik ve istikrarlılık gibi unsurlar, işletmelerin rekabetçi kalabilmesinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Müşteri istek ve beklentilerindeki farklılaşmalar, otelcilik sektörünü de önemli ölçüde etkilemektedir. Otel işletmeleri farklılık yaratma çabası içine girmekte, yeni hizmet arayışlarında bulunmaktadır. Artan otel işletmesi sayısı rekabeti güçlendirmiştir. Zamanla otel işletmeleri, kendilerini rakiplerine göre daha cazip hale getirmenin yollarını aramaya başlamışlardır. Özellikle tüketici beklentilerindeki değişimler, otellerin geleceği için bazı fırsat ve tehlikeler yaratabilmektedir (Erdem, 2010: 116)

Görüldüğü üzere otel işletmelerinde pek çok farklı tasarım çalışması yapılmaktadır. Her geçen gün bunlara bir yenisi eklenmektedir. Otel işletmeleri için tasarım bir turizm destinasyonunda rekabet gücünü arttırmak, müşteri sayısında ve sadakatinde artış oluşturmak açısından önem taşımaktadır. Oteller sadece gelen müşteriyi iyi ağırlamak değil, tekrar gelmesini sağlamayı da amaçlamaktadır. Bu piyasada var olabilmek ve sektörle rekabet içindeyken farklı olup kazanç sağlamak için yapılan önemli bir stratejik eylemdir. Pazarlama türlerinden biri olan ağızdan ağıza pazarlama yöntemi günümüzde en basit ve en ucuz pazarlama yöntemlerinden biridir. Ağızdan ağıza pazarlama bireylerin açıkça veya bilinçaltında yer alan tercihlerini belirlemek için bireyler arasında kendiliğinden gerçekleşen kişilerarası iletişim yöntemidir (Kutluk ve Avcıkurt, 2014:614). Otel işletmelerinin mal ve hizmetlerini pazarlamasını kolaylaştıran bu yöntem sayesinde işletmeler yeni müşterileri gelen eski müşteriler sayesinde kazanmaktadır. Dolayısıyla var olan müşteriyi memnun edip başkalarına tavsiye etmesi demek büyük bir maddi kazanç sağlayabilir. Bu gibi basit, ucuz ve hızlı pazarlama yöntemleri ancak farklılık yaparak kolaylaşabilir. Kısacası, tasarım ya da dizayn oteller günümüzde otel işletmelerinde müşteri memnun etmek ve mevcut müşterileri elde tutmak için önemli bir yere sahiptir. Değişen trendlere ayak uydurmak otel işletmelerini ayakta tutacak önemli bir unsurdur.

## SONUÇ

Küresel rekabet otel işletmeleri için her gün yeni bir değişim yapma gereksinimi doğurmaktadır. İşletmelerin bu rekabet savaşı içinde hayatta kalmaları ürün ve hizmetlerde sürekli gelişmelerine ve iyi pazarlama stratejilerine bağlıdır. Ürün ve hizmet kalitesi, yenilik yaratma, süreklilik ve istikrarlılık, maliyet azaltma gibi faktörler işletmelerin rekabetçi kalabilmesinde çok önemli bir yere sahiptir. Yaşanan rekabet ortamında değişimlere ayak uyduramayan işletmeler varlıklarını uzun süre sürdürememektedir. Dünya bankası verilerine göre, Türkiye’de kurulan işletmelerin %80’i kuruldukları ilk 5 yıl içinde, %96’sı ise 10 yılı doldurmadan kapanmak zorunda kalmaktadır (Erdem, 2010:116).

Otel işletmelerinde müşterilerin hizmet algısını müşterinin kişiliği, beklentisi, gereksinimleri gibi pek çok faktör etkilemektedir. Değişen müşteri beklentilerini ve yeni trendleri takip ederek otel işletmelerinin yapmış olduğu tasarımlar işletmelerin uzun ömürlü olmalarını sağlamaktadır. Aynı zamanda işletme marka, imaj yaratma, müşteri sadakati artırma, müşteri şikayetlerini azaltma gibi avantajları yaptığı farklılıklar ve kaliteli hizmetlerle

sağlayabilmektedir (Emir, 2007: 82). Tasarım otellerinin müşterilerin ilgisini uyandırdığı ve kazanç sağladığı aşikardır. Bu tür otellerin sayısı arttırılmalıdır.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de artan otel işletmelerinin tasarım kimliği tesisin başarısını da şekillendirmektedir. Türkiye’de farklı tasarımlar olarak öne çıkan otel trendleri temalı oteller, sağlık otelleri, SPA otelleri, butik oteller şeklinde gelişmektedir. Eskiden sadece konaklama ihtiyacını karşılayan oteller günümüzde 7/24 yaşayan mekânlar haline gelmiştir. Geçmişte tasarımın başarısından ziyade, hızlı tüketim ve yatak sayısı gibi niceliksel değerler ön planda iken, bugünlerde kullanıcı memnuniyetine odaklanılmakta, konfor ve estetik ön plana çıkmaktadır (Turizm ve Yatırım Dergisi, 2017:6). Gelişen teknolojik gelişmelerle beraber tasarımlar insan gücünün daha az kullanıldığı, yapay zekâların çalıştığı otel tasarımlarını ortaya çıkarmıştır. Örneğin Japonya’da yer alan “Henn-na (Tuhaf)” otelde dinazor şeklinde resepsiyon görevlisi bulunmaktadır. Müşterilere, otele girdikleri andan itibaren karşılama, kayıt yaptıрма, bavul taşıma gibi hizmetleri yapan robotların dışında; oda içerisinde bulunan lale şeklindeki bir robot ise vücut ısısına göre oda sıcaklığını ayarlayabilmektedir. 2015 yılında tamamen robotlarla çalışma kararı alan otel 2019 yılında 243 robotu devre dışı bırakmıştır. Teknik olarak sıkıntılar yaşanmış, müşteri memnuniyetsizlikleri ortaya çıkmıştır (turizmajansi.com). Dolayısıyla farklı tasarımlar yapmak için tek başına teknolojiyi kullanmak yetmemektedir. Turizm bir hizmet sektörü olduğu için insan etkisi tamamen çıkarılması, sadece robotik tasarımlar yapılması doğru görülmemektedir. Otel işletmelerinin yapacağı tasarımlarda birincil amaç her zaman müşteriye özel hissettirmek olmalıdır.

Bu çalışmanın, tasarım otelleri ile ilgili yapılacak diğer çalışmalar için literatüre kazandırılması amaçlanmaktadır. Çalışmanın, değişen müşteri beklentileri ve farklılaşma çabasında olan oteller için örnek olması ve akademik anlamda bundan sonra yapılacak tasarım otelleri ile ilgili tüm araştırmalara, nitel veya nicel çalışmalara önemli ölçüde kaynak teşkil etmesi ümit edilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Balım, P. (2005). Ankara’daki Otellerin Gelişimi ve Değişimi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Butik Otel Odalarının Tasarım ve Planlaması (2022, 11 Nisan). <https://avys.omu.edu.tr/storage/app/public/mihriban.mikayilova/132783/DERS%20NOTU.%20HAFTA%208.%20BUT%20C4%B0K%20OTEL%20%20ODALAR.%20TASARIM%20VE%20PLANLAMASI%20.pdf>
- Can, L. (2004). Beş Yıldızlı Otellerin Tasarım- İşletme İlişkisinin Tartışılması İstanbul Üzerine Bir Araştırma, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Durna, U. (2011). Otel İşletmelerinde Yenilik Uygulamaları, Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 3(1): 73-98
- Duyar, D. (2007). Özel Belgeli ve Özel Nitelikli Otelerde Müşteri Memnuniyeti ve Kalite Yönetimi Örnek Alan Çalışması: Dersaadet Otel İstanbul, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Emir, O. (2007). Otel İşletmelerinde Müşterilerin Hizmet Beklentileri ve Memnuniyet (Tatmin) Düzeylerinin Değerlendirilmesi: Antalya’da Bir Araştırma, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Afyonkarahisar.
- Er, A. (2009). Tasarım Teknoloji ve İnovasyon, 8. Teknoloji Ödülleri Ve Kongresi, Tübitak-TtgV-Tüsiad, İstanbul
- Erdem, B. (2010). Otel Endüstrisinde Yeni Bir Trend: Dizayn Oteller, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi. 1: 115-132
- Güzel, M.K. (2008). Tescilli Tasarımların Korunmasında Özellik Arz Eden Hâller, Türk Patent Enstitüsü, Endüstriyel Tasarımlar Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Henna na Hotel (2022). <https://www.turizmajansi.com/haber/otel-personelini-isinden-eden-robotlar-da-isten-cikarildi-h29012> (Erişim Tarihi: 7 Nisan 2022).
- Hotel Design Show (2022, 12 Nisan). Erişim Adresi: <https://www.projem.com.tr/haber/325/10-mimar-dan-10-farkli-otel-odasi-tasarimi>

- İnam, A. (1992). Yaşanacak Bir Mekan Tasarlamak, Araştırma Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü Dergisi (Yayınlanmıyor) 14(0): 177-188  
<http://dergiler.ankara.edu.tr/search.php>
- İşte Otel ve Restoranlarda müşteri beklentileri (2022, 24 Mart). Erişim Adresi: <https://www.turizmgunlugu.com/2021/03/20/otel-ve-restoranlarda-musteri-beklentileri/>
- Kutluk, A., Ve Avcıkurt, C. (2014). Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Müşterilerin Satın Alma Karar Süreçlerine Etkisi ve Bir Uygulama (İstanbul Seyahat Acenteleri Örneği), The Journal Of International Social Research., 7 (29), Pp. 613-622.
- Önal, G.K. (2011). Yaratıcılık ve Kültürel Bağlamda Mimari Tasarım Süreci, Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi, 16(1): 155-162
- Selamet, S. (2012). Sürdürülebilirlik ve Grafik Tasarım, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 8(15): 125-148
- Shomaker, S. Ve Lewis, R. C. (1999). Customer Loyalty: The Future Of Hospitality Marketing, Hospitality Management, 18, Pp. 345-370.
- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik (2019, 27 Mart). Resmi Gazete (Sayı:30791). Erişim Adresi: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/06/20190601.pdf>
- Turizm ve Yatırım İşletme ve Endüstri Dergisi (2017). Otel Mimarisinde Özgün Tasarımlar Yaygınlaşıyor. 56. Sayı, Yetkin Medya Yayıncılık, İstanbul.
- Turizm Yeni Dünyaya Hazırlanıyor (2022, 12 Nisan). <https://www.mahalligundem.com/turizm-yeni-dunyaya-hazirlaniyor-metaverse-te-otel-kurulacak-tatile-cikilacak-odemeler-kripto-paralarla-yapilacak/54775/>
- Türk Patent Enstitüsü (2012, 1 Haziran). Patent/ Faydalı Model Kılavuzu [URL: [http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/yayinlar/basvuru\\_kilavuz/PATENT\\_BK.pdf](http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/yayinlar/basvuru_kilavuz/PATENT_BK.pdf)]
- Türk Patent Enstitüsü, Endüstriyel Tasarım (2013, 10 Nisan). Erişim Adresi: [http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/yayinlar/basvuru\\_kilavuz/TASARIM\\_BK.pdf](http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/yayinlar/basvuru_kilavuz/TASARIM_BK.pdf)
- Victorino, L., Verma, R., Plaschka, G. Ve Dev, C. (2005). Service Innovation And Customer Choices In The Hospitality Industry, Managing Service Quality, 15 (6), Pp. 555-576.
- Yenal, Z. (2013). Değişen Tatil Anlayışları ve Mekansal Yansımaları, Vitra Çağdaş Mimarlık Dizisi 2, Turizm ve Rekreasyon Yapıları, Ofset Yapımevi, İstanbul.