

**YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**KENT OTELLERİNDE ORTAK
KULLANIM ALANLARININ İNCELENMESİ:
TALİMHANE BÖLGESİ ÖRNEĞİ**

Mimar Bircan Gökdağ Aydınıcı

FBE Mimarlık Anabilim Dalı Mimari Tasarım Programında Hazırlanan

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Yasemen Say Özer (YTÜ)

İSTANBUL, 2009

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
KISALTMA LİSTESİ	iii
RESİM LİSTESİ.....	iv
TABLO LİSTESİ	v
ŞEKİL LİSTESİ	vi
ŞEMA LİSTESİ.....	vi
ÖNSÖZ.....	vii
ÖZET	viii
ABSTRACT	ix
1. GİRİŞ.....	1
1.1 Araştırmanın Amacı.....	4
1.2 Araştırmanın Kapsamı	5
1.3 Araştırmanın Yöntemi	7
2. İSTANBUL VE TURİZM: ÖNEMİ, TURİZMİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER, TURİZMİN ÇEŞİTLENMESİ	8
2.1 Turizmin Tanımı ve Önemi	8
2.2 İstanbul'da Turizm.....	11
2.3 İstanbul'da Turizmin Gelişimi Etkileyen Faktörler.....	16
2.4 Turizmin Çeşitliliği ve İstanbul	21
2.4.1 KitleTurizminin İstanbul'daki Yeri	24
2.4.2 Kültür Turizminin İstanbul'daki Yeri.....	26
2.4.3 İş-Kongre Turizminin İstanbul'daki Yeri.....	28
2.4.4 Diğer Turizm Türlerinin İstanbul'daki Yerleri.....	34
2.5 İstanbul'da Turizm Bölgeleri.....	37
2.5.1 Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ile Turizm Mekanlarının İlanı	37
2.5.2 İstanbul'da İlan Edilen Turizm Bölgeleri	40
3. İSTANBUL VE OTELLER	42
3.1 Otel Tanımı ve Otellerin Sınıflandırılması	42
3.2 İstanbul'da Otelciliğin Gelişimi	44
3.3 İstanbul'daki Otel Tipleri	46
4. KENT OTELLERİNDE MEKANSAL DAĞILIM	50
4.1 Ortak Kullanım Alanları	56
4.1.1 Giriş Bölümü	56
4.1.2 Lobi.....	59

4.1.3	Yeme-İçme Mekanları.....	65
4.1.4	Çok Amaçlı Salonlar	69
4.1.5	Rekreasyon Tesisleri.....	71
4.1.6	Sirkülasyon Alanları	73
4.2	Yatak Katları.....	76
4.3	Yönetim Birimleri.....	80
4.4	Servis Alanları	81
5.	ÇALIŞMA ALANI :TALİMHANE BÖLGESİ.....	84
5.1	Çalışma Alanının Seçimi,Tanımı ve Yöntemi.....	84
5.2	Talimhane'nin Konumu, Tarihsel Süreci ve Yapı Karakteri.....	86
5.3	Talimhane'de Turizmin Gelişimi	92
5.3.1	Talimhane'nin İlk Otelleri	93
5.3.2	Talimhane'de Turizm Türleri	94
5.3.3	Mevcut Oteller ve Özellikleri	96
5.3.4	Talimhane'nin Yakın Çevresi.....	100
5.4	Talimhane'nin Kentsel Dönüşümü ve Günümüzde Talimhane.....	105
5.5	Talimhane Otelleri Ortak Kullanım Alanlarının incelenmesi	109
5.5.1	Katalog Tanımlama	110
6.	SONUÇLAR VE ÖNERİLER.....	111
	KAYNAKLAR.....	116
	EKLER.....	123
	ÖZGEÇMİŞ.....	144

KISALTMA LİSTESİ

AB Avrupa Birliği

ABD Amerika Birleşik Devletleri

AGİT Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı

AKB Avrupa Kültür Başkenti

AŞ Anonim Şirket

IATA International Air Transport Association

ICAO International Civil Aviation Organization

ICCA International Congress & Convention Association

IH&RA International Hotel & Restaurant Association

IFTO International Federation of Tour Operators

KTKGB Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi

KOBİ Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler

NATO North Atlantic Treaty Organization

MSC Mediterranean Shipping Company

PCO Profesyonel Kongre Organizatörleri

TC Türkiye Cumhuriyeti

TM Turizm Merkezi

TÜSTAC Türkiye Seyahat Acenteleri Cemiyeti

TUROB Türkiye Otelciler Birliği

TÜROFED Türkiye Otelciler Federasyonu

TÜRSAB Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği

UNESCO United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UNWTO United Nations World Tourism Organization

RESİM LİSTESİ

Resim 1 Movenpick Otel, İstanbul	49
Resim 2 Atlanta Marriott Marquis , Atlanta	61
Resim 3 Georgia Hyatt Regency San Francisco	61
Resim 4 Elite World Hotel Lobi Görünümü	62
Resim 5 Divan City İstanbul Zemin Kat Fonksiyon Analizi	63
Resim 6 Movenpick Otel İstanbul Zemin Kat Planı	63
Resim 7 Ritz Carlton Otel İstanbul Zemin Kat Planı	64
Resim 8 Divan Otel İstanbul Zemin Kat Planı	64
Resim 9 Point Otel, Barbaros İstanbul Zemin Kat Planı	65
Resim 10 Titanic Port Otel, Restaurant Bölümü	68
Resim 11 Titanic Business Otel, açık büfe hizmet sunan restaurant	69
Resim 12 Greenpark Otel, Toplantı Salonu	70
Resim 13 Sirkülasyon Şeması	74
Resim 14 İstanbul Hyatt Regency Hotel kral dairesi yatak odası	78
Resim 15 Point Hotel Barbaros, Yatma alanı	80
Resim 16 Talimhane Pervitich Haritası	86
Resim 17 1930'lar Talimhane'de yeni yükselmekte olan apartmanlar	87
Resim 18 1950'lerde Talimhane	87
Resim 19 Talimhane, Şehit Muhtar Caddesi, 1986	88
Resim 20 Talimhane'nin Yakın Çevresine Tepeden Bakış	101
Resim 21 Lütfi Kırdar Kongre Merkezi	104
Resim 22 Talimhane Bölgesinin projeden önceki durumu	107
Resim 23 Alanın proje esnasındaki görünümü	107
Resim 24 Movenpick Otel İstanbul Yatak Katı Planı	141
Resim 25 Ritz Carlton Otel İstanbul Yatak Katı Planı	142
Resim 26 Divan Otel İstanbul Yatak Katı Planı	143
Resim 27 Point Otel, Barbaros İstanbul Yatak Katı Planı	143

TABLO LİSTESİ

Tablo 1 Kentlerin Ziyaretçi Sayıları, Ortalama Kalış Süreleri, Otellerinin Yıllık Doluluk Oranı ve Yatak Kapasitesi.....	12
Tablo 2 İstanbul'un Olumlu ve Olumsuz Yönleri	13
Tablo 3 İstanbul'a gelen ziyaretçi sayısı, 2000-2008	14
Tablo 4 Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayıları	14
Tablo 5 İstanbul'a gelen yabancı ziyaretçi sayıları	15
Tablo 6 Farklı yollarla İstanbul'a gelen yabancı ziyaretçi sayıları	15
Tablo 7 Yıllara göre İstanbul'a gelen yabancı ziyaretçi sayıları eğrisi	16
Tablo 8 İstanbul' deniz ve havayollarıyla geliş sayıları	16
Tablo 9 İstanbul'da uluslararası ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri	20
Tablo 10 Avrupa şehirleri kongre ziyaretçi sayıları karşılaştırılması, 2002	31
Tablo 11 Toplantı Sayısına Göre İlk 3 Şehirdeki ve İst'daki Müstakil Kongre Merkezleri.....	32
Tablo 12 Toplantı Sayısına göre İlk 10 şehir ve Türkiye-İstanbul,.....	33
Tablo 13 İstanbul ve bazı Avrupa şehirleri genel karşılaştırmalar	33
Tablo 4 İstanbul'da bulunan kongre-konferans merkezleri.....	34
Tablo 15 İstanbul İlindeki Tesislere Geliş Sayıları	41
Tablo 16 İstanbul'daki tesis türlerinin sayıları, 2000 ,Kültür ve Turizm Bakanlığı	48
Tablo 17 İstanbul'daki tesis türlerinin sayıları, 2009 ,Kültür ve Turizm Bakanlığı	48
Tablo 18 Talimhane otelleri, 2009.	99
Tablo 19 Lütfi Kırdar Kongre Merkezi Toplantı Salonları.	104
Tablo 20 Talimhane Analiz Tablosu.	115

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1 Otel İşlev Şeması	52
Şekil 2 Otel Mekan Dağılım Şeması	53
Şekil 3 Otellerin genel mekanlarının ilişki şeması	54
Şekil 4 Otellerin fonksiyonel mekanlarının şeması	54
Şekil 5 Lobinin mekanlara dağılım şeması	60
Şekil 6 Otel Kat Dağılımları	76
Şekil 7 Beyoğlu Belediye sınırları içindeki ve dışındaki 200 yatak kapasitesi ve üstündeki oteller	85
Şekil 8 Talimhane'nin İstanbul'daki Konumu	88
Şekil 9 Talimhane ve Yakın Çevresi	89
Şekil 10 Talimhane'nin Mevcut Otelleri	98
Şekil 11 Talimhane'nin Dokusu	100
Şekil 12 Talimhane Bölgesi Proje Alanı Sınırları.....	106
Şekil 13 Talimhane'nin 200 Yatak Kapasitesine Sahip Olan Oteller	109
Şekil 14 Talimhane Bölgesi için önerilen plan.....	114

ŞEMA LİSTESİ

Şema 1: Tezin Kapsam Şeması- Çalışma Alanı Seçimi	6
---	---

ÖNSÖZ

“Kent Otellerinde Ortak Kullanım Alanlarının İncelenmesi: Talimhane Bölgesi Örneği” adlı çalışma Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Fakültesi Mimari Tasarım Bölümü Yüksek Lisans Programında hazırlanmıştır.

Yüksek Lisans tez çalışmamın tüm aşamalarında bilgi ve önerileri ile yol gösteren, yardımını ve desteğini benden esirgemeyen danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Yasemen Say Özer’e, tez çalışmamda emeği geçen tüm hocalarıma ve araştırma görevlisi arkadaşlarıma, çalışma alanı olarak seçtiğim Talimhane otellerinde bilgilerini paylaşan yetkililere, maddi ve manevi destekleri için annem, babam başta olmak üzere tüm Gökdağ ailesine, Aydıncı ailesine, sevgili arkadaşlarıma ve her zaman yanımda olan sevgili eşim Gökhan Aydıncı’ya teşekkürlerimi sunarım.

Ağustos 2009

Bircan GÖKDAĞ AYDINCI

ÖZET

Altı bölümden oluşan tez çalışmasının birinci bölümünde, giriş başlığı altında amaç ve kapsama yönelik anlatım, araştırmanın amacı, kapsamı ve yöntemine yer verilmiştir.

İkinci bölümde turizm kavramının tanımı yapılmış, turizmin İstanbul için öneminden söz edilmiş, sektörün gelişmesinde etkili olan faktörler irdelenmiştir. Günümüzde gelişmiş olan turizm türlerine değinilmiş, tezin konusunu oluşturan Talimhane otellerinin hizmet verdiği turizm türleri daha kapsamlı bir şekilde açıklanmıştır. İstanbul'da Turizm Bakanlığı'nın belirlemiş olduğu turizm bölgeleri liste şeklinde aktarılmıştır.

Üçüncü bölümde "İstanbul ve Oteller" başlığı altında, otel tanımı ve sınıflandırmasından söz edilmiş, İstanbul'da otelciliğin gelişimi anlatılmış ve İstanbul'daki ilk otellerin açılışından günümüze kadar geçirdiği değişimlere değinilmiştir. Araştırmalar sonucu elde edilen tablolarla İstanbul'daki otel tipleri ve kent otellerinin önemi anlatılmıştır.

Dördüncü bölümde Talimhane otellerinin kent otelleri olduğu göz önüne alınarak, kent otellerinde mekansal dağılım anlatılmıştır. Tez konusu kapsamında otellerin ortak kullanım alanları daha ayrıntılı irdelenirken, otellerin diğer mekanlarına da değinilmiş ve otel yapılarında mekansal dağılımın işlevselliği göz önüne alınarak tasarım kriterleri ele alınmıştır.

Beşinci bölümde çalışma alanı olarak seçilmiş Talimhane otellerinin seçimi ve yöntemi anlatılmıştır. Öncelikle Talimhane'nin konumu, tarihsel süreci ve yapı karakterinden söz edilmiş, Talimhane'de turizmin gelişimi ele alınmıştır. Talimhane'nin ilk otelleri ve günümüzde işletilen mevcut oteller özellikleri ile anlatılmış, Talimhane yakın çevresi ile değerlendirilmiştir. 2004 yılında kentsel dönüşüm geçiren Talimhane'nin uygulama projesine değinilmiştir. Yatak kapasitelerine göre belirlenen otellerin yerinde analizi yapılmış, ortak kullanım alanların değerlendirmesi tablolar ile aktarılmıştır.

Altıncı bölümde, önceki bölümlerde elde edilen verilerin analizi yapılarak sonuçlar çıkarılmıştır.

Anahtar kelimeler: Turizm, turizm çeşitliliği, otel, otellerin ortak kullanım alanları

ABSTRACT

The goal and scope oriented expression under the introduction title, the aim, content and technique of the research are being touched on at the first chapter of the dissertation project, which is made up of six chapters at total.

At the second chapter, the concept 'tourism' has been defined, the importance of tourism for the city İstanbul, and the factors that are effective at the development process of the sector are being considered. Also, the kinds of tourism which are popular and developed have been mentioned, especially the tourism types that furnish services at the Talimhane Hotels and which is also the main topic of the dissertation project, have been explained and studied in an extensive way. A list of the tourism regions in İstanbul, declared by the Ministry of Tourism, has also been quoted.

At the third chapter, under the heading of 'İstanbul and the Hotels', the concept 'hotel' and its classification has been described. The development of hotel business in İstanbul, the revolution at the business from the first hotel opening years in İstanbul till today, has also been analyzed. With the reports that are obtained after several researches, the hotel types in İstanbul and the importance of urban hotels have been illustrated.

At the fourth chapter, spatial distribution in the urban hotels have been described as the Talimhane hotels are taken into consideration as urban hotels. Within the dissertation project's topic, the common used areas in the hotels have been detailly analyzed. Besides, the the other places at the hotels are also mentioned, design criterias are studied by taking the functionality of spatial distribution in the hotel structures into consideration.

At the fifth Chapter, the selection of Talimhane Hotels which has been chosed as a workspace and its method has been explained. Firstly, the location of Talimhane, its historical process, and structural characteristics have been examined and the development of tourism sector in Talimhane has been observed. The first opening hotels in Talimhane and the existing hotels which are run nowadays have been studied by considering their characteristics and these are evaluated within the neighbourhood, Talimhane. The application project of Talimhane which has experienced urban transformation at the year 2004, has also been illustrated. On-site examination has been carried out at the hotels that are determined by their

maximum bed output characteristic and the evaluation of the common used areas have been quoted with charts.

At the sixth chapter, the conclusion has been stated by analysing the data which is obtained from the former chapters.

KEYWORDS: Tourism, tourism variations, Hotel, the common used areas at the Hotels

1. GİRİŞ

Ekonomik, sosyal ve kültürel yönleriyle turizm, dünya genelinde sağladığı döviz girişiyle, özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarına büyük katkı sağlamakta olup, aynı zamanda ülkelerin kendi içinde para akışını sağlamasında da etkili bir rol oynamaktadır. Sadece bir yer değiştirme hareketi olarak başlayan turizm, sürekli değişim gösteren dünyada, bir sektör haline gelmiştir. Her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de amaçlanan hedefler bulunmaktadır. Bu hedeflerden en önemlisi, turizm faaliyetlerini on iki aya ve tüm bölgelere yaymaktır. Bu hedef doğrultusunda kültür turizmi başta olmak üzere, kongre turizmi, sağlık turizmi, av turizmi, eğitim turizmi ve yayla turizmi gibi yeni turizm çeşitleri gelişmiştir.

Teknolojinin ilerlemesi, nüfusun artması, farklı sebeplerle yapılan göçler ve yeni yerleşim yerleri, kültür farklılaşmalarına sebep olmuş, yeni kültürlerin gelişmesi toplumları farklı kültür görmeye ve öğrenmeye meraklandırmıştır. Böylece seyahatler sadece zorunluluk için olmayıp, isteğe göre de yapılmaya başlamıştır. Başka bir ülke görmek, o ülkenin kültürünü, kimliğini, mimarisini tanımak kültür turizmini ortaya çıkarmıştır. Günümüzde turizm çeşitleri arasında en çok ağırlık verilenlerden birisi kültür turizmidir. Kültür turizmine eğilimlerin artması organize olmayı gerektirmiştir. Kültür amaçlı turlar düzenlenmiş ve kültür turizmi oldukça yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu amaçla yapılan turlarda dinlenmeye yönelik bir tatil anlayışı olmayıp, gezip-görme adına, tam tersi yorucu bir tatil olması, insanları görmek istedikleri yere yakın yerlerde yani şehir içlerinde konaklama ihtiyacını getirmiştir. Böylece kent içi otellerin önemi artmaya başlamıştır.

Teknolojinin ilerlemesiyle orantılı olarak gelişen başka bir durum ise, iş imkanlarının artmasıdır. Şehirler arası ya da uluslararası yapılan iş seyahatleri, imkanların artmasıyla yoğunluk kazanmıştır. İş dünyasının öneminin artması, kaliteyi de ön plana çıkarmış, yapılan kongreler, toplantılar, sergiler, konferanslar ve iş yemekleri konfor gerektiren mekanlarda düzenlenmeye başlamıştır. Bu mekanlara taleplerin artması, oteller gibi büyük işletmelerin de kullanıcı gereksinimini karşılama amacıyla, halka açık kullanım mekanlarına özen göstermelerine sebep olmuştur. Günümüzde yapılan iş toplantıları, etkinlikler ve konferansların büyük bir bölümü için tercih edilen mekanlar arasında talepleri karşılayacak kapasiteye sahip olan oteller de yerlerini almışlardır. Böylece kültür turizmi kadar önem teşkil eden kongre turizmi de yaygınlaşmaya başlamıştır. Özellikle kent içi otellerin merkezi olması

ve ulaşım rahatlığına sahip olması, iş amaçlı gelen otel kullanıcılarının da tercihlerini bu yönde kullanmalarına olanak sağlamıştır.

İş dünyasındaki bu hızlı ilerleyiş ve yoğun tempo, dinlenmek ve rahatlamak adına yapılan tatillerin de isteğe bağlı artışına ve konaklamanın, konaklama yapılarının daha da önem kazanmasına sebep olmuştur. Konaklama yapıları han, kervansaraylar ile başlayan gelişim sürecinde, bugün çağdaş yaşamın vazgeçilmez öğeleri olan otellerle gelişimini sürdürmeye devam etmektedir. Bu yapıların öneminin artması beraberinde rekabeti getirmiştir. Gelişen bu rekabet ortamında otellerin her çeşit zevke hitap etmesi adına otellerde çeşitlenme başlamıştır. Bu çeşitlenmenin en önemli kaynağı ise kullanıcı memnuniyetini sağlamaktır. Her çeşit kullanıcı kitlesine sahip olan otel yapıları, hem düşük gelirli kullanıcıya hem de yüksek gelirli kullanıcıya hitap etmek durumundadır. Oteller bu kriterlere göre çeşitlilik göstermekte ve her geçen gün kullanımı etkileyici kriterlerin artmasıyla otellerde belli sınıflandırmalara gidilmektedir. Özellikle zenginleşmenin arttığı bu dönemlerde, yüksek gelirli kullanıcılar, her yapıda olduğu gibi otel yapılarında da konaklama eylemi dışında farklı arayışlar içerisindeyler. Bu arayışlar, yapılarda sadece işlevselliğin sağlanmasının yeterli olmayıp, konfor ve estetik değerlerin de yapı genelinde düşünülmesi gerektiğini ortaya çıkarmıştır.

Kullanıcının otellerde aradığı bir başka kriter ise, konumunun kolay ulaşılabilir olması, merkezi olması ve kullanıcıyı zorlamamasıdır. Bu kriterleri sağlayan otel çeşidi ise kent otelleridir. Kent otelleri, turizm sektöründe önemli olan kültür ve kongre turizmine hizmet verebilecek otel yapıları arasındadır. Bu yönleriyle kent otelleri hizmet verme konusunda gelişim göstermeli ve kullanıcı kitlesini arttırmalıdır.

Kent otellerinin gittikçe önem kazandığı bu dönemde, otel yapılarının kullanıcıya hitap etmesi mimari açıdan ele alınması gereken bir durumdur. Otel yapılarının konaklama işlevini gerçekleştiren oda bölümlerinin yanı sıra genel mekanları da oldukça önem kazanmıştır. Özellikle zemin katlar, giriş bölümleri, hem yapının mekanlara dağılım noktası olması, hem de günümüzde otel odalarından daha çok ihtiyaç duyulan genel mekanlara hitap etmesi sebebiyle, işlevsellik, konfor ve görsellik düşünülerek tasarlanması gereken mekanlardır.

Bu mekanları sadece otellerin bölümlerinden biri olduğu yaklaşımıyla değil, otel yapısı içinde bir mimari mekan düşüncesiyle tasarlamak, mekanlarda işlev dışında konfor ve estetiğin de vurgulanmasını sağlayacaktır. Çünkü tek başına mekan 'insanı çevreden belli bir ölçüde

ayıran ve içinde eylemlerini sürdürmesine elverişli olan boşluk' olarak genel bir yargıya sahipken mimari mekan, biçim, oranlama, ölçek, doku, malzeme, ışık, ses gibi işlevsellik, konfor ve estetiği sağlayan niteliklerin mekana yansıtılmasıyla oluşur. Bu bağlamda otellerin ortak kullanım alanlarını mimari mekan olgusuyla değerlendirmek daha sağlıklı tasarımların ortaya çıkmasına olanak sağlayacaktır.

Tüm bu veriler doğrultusunda İstanbul'un turizmdeki yeri düşünüldüğünde özellikle kültür ve kongre turizmi İstanbul için en büyük gelir kaynakları arasındadır. İstanbul'un tarihi güzellikleri, konumu ve gelişmiş bir kent olması, kültür turizmi için çekim merkezi olmasına olanak sağlamaktadır. İstanbul'un önünü açan diğer bir turizm türü ise kongre turizmidir. Türkiye'deki konumu ve gelişmişliği ile İstanbul, kongreye gelen katılımcılar için en çok tercih edilen bölgedir. Diğer turizm kentlerine yakınlığı, ulaşımın rahatlığı, kendi kültürel olgularının varlığı ve kültür dışında eğlence, alış-veriş gibi diğer sektörleri de içinde barındırmasıyla ön plana çıkmaktadır. İstanbul'un turizm bölgelerinden Sultanahmet ve Taksim (Beyoğlu) Bölgesi en çok ilgi çeken turistik alanlardır. Sultanahmet tarihi ve kültürel kimliğini koruyan bir bölge iken Taksim tarihi kimliğinin yanı sıra merkezi olması, turistik bölgelere yakınlığı, ulaşım rahatlığı, eğlence ve ticari sektörleri de bölgede yaşatmasıyla kendini göstermektedir.

Gelişen turizme ayak uydurmak, turizmin yönlenişi göre çalışmalar yapmak özellikle ülkenin kalkınması için gereken bir durumdur. Bu doğrultuda, Beyoğlu'nun turizm alanı olarak düzenlenen Talimhane Bölgesi'nde yapılan kentsel dönüşüm projesi o bölgedeki turizmi oldukça hareketlendirmektedir. Talimhane Bölgesi tarihi değerlerini kaybetmek üzere olan ve ihmalsizlik ile çöküntü bölgesi haline gelmiş bir bölge iken kentsel dönüşüm çalışmalarının yapılmasıyla, alandaki otel yapıları kendilerini yenilemiş ve Talimhane hem turizme hem de kente tekrar kazandırılmak için değişim geçirmiştir.

Bu doğrultuda, Talimhane Bölgesi'nin kent içinde olması ile kültür, kongre vadisine yakınlığı ile de kongre turizmi açısından önemli bir turizm alanı olması ve yapılan dönüşümün hem kent açısından hem de bölgede bulunan otel yapılarının kullanımı açısından olumlu ve olumsuz yönleri ile ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Talimhane Bölgesi'nde bulunan belli kriterlerdeki kent otellerinde ortak kullanım alanlarının olması gerekeni sağlayıp sağlamadığı bir araştırma konusu olarak ele alınıp, ortak kullanım alanlarının kullanımını etkileyen faktörlerin neler olduğunun saptanması amaçlanmıştır. İncelenecek olan alanların

sadece otellerin bölümlerinden biri olduğu yaklaşımıyla değil, otel yapısı içinde bir mimari mekan düşüncesiyle analizi yapılacaktır. Elde edilen verilerle ortak kullanılan alanların “mimari mekan” kavramını hissettirebilmesi için, tasarımında dikkat edilmesi gereken unsurların genelleştirilmesine gidilmesi düşünülmüştür.

1.1 Araştırmanın Amacı

Turizm sektörünün gelişmesi için yapılan çalışmalarda, turizmi 12 aya yaymak en büyük hedefler arasındadır. Günümüzde özellikle kültür ve kongre turizminin önem kazanması, turizm işletmecilerinin olanaklarını bu doğrultuda geliştirmelerine yön vermiştir. Kent otelleri de bu gelişmelere paralel olarak önem kazanmıştır. Kent otellerinin kullanım kriterleri de, kültür ve kongre turizminin yaygınlaşmasına bağlı olarak gelişim göstermiştir. Örneğin günümüzde kent otelleri sadece konaklama işlevi için kullanılmamakta, aynı zamanda ortak kullanım alanlarından da faydalanılmaktadır. Özellikle kongre-iş turizmi için lobi ve toplantı salonları oldukça tercih edilen mekanlardır. Toplantı ya da mesai sonunda ise restaurant, fitness salonu, havuz bölümü gibi dinlenme ve rahatlama mekanları kullanılmaktadır. Bu durum, otellerin ortak kullanım alanlarının yatak bölümleri kadar önem kazanmasını sağlamıştır. Kültür turizminde ise amacın kenti görmek ve kentteki kültürü öğrenmek olması, turistin kentin içinde konaklama isteğini tetiklemektedir. Bu durum kent otellerinin önemini bir kez daha vurgulamaktadır.

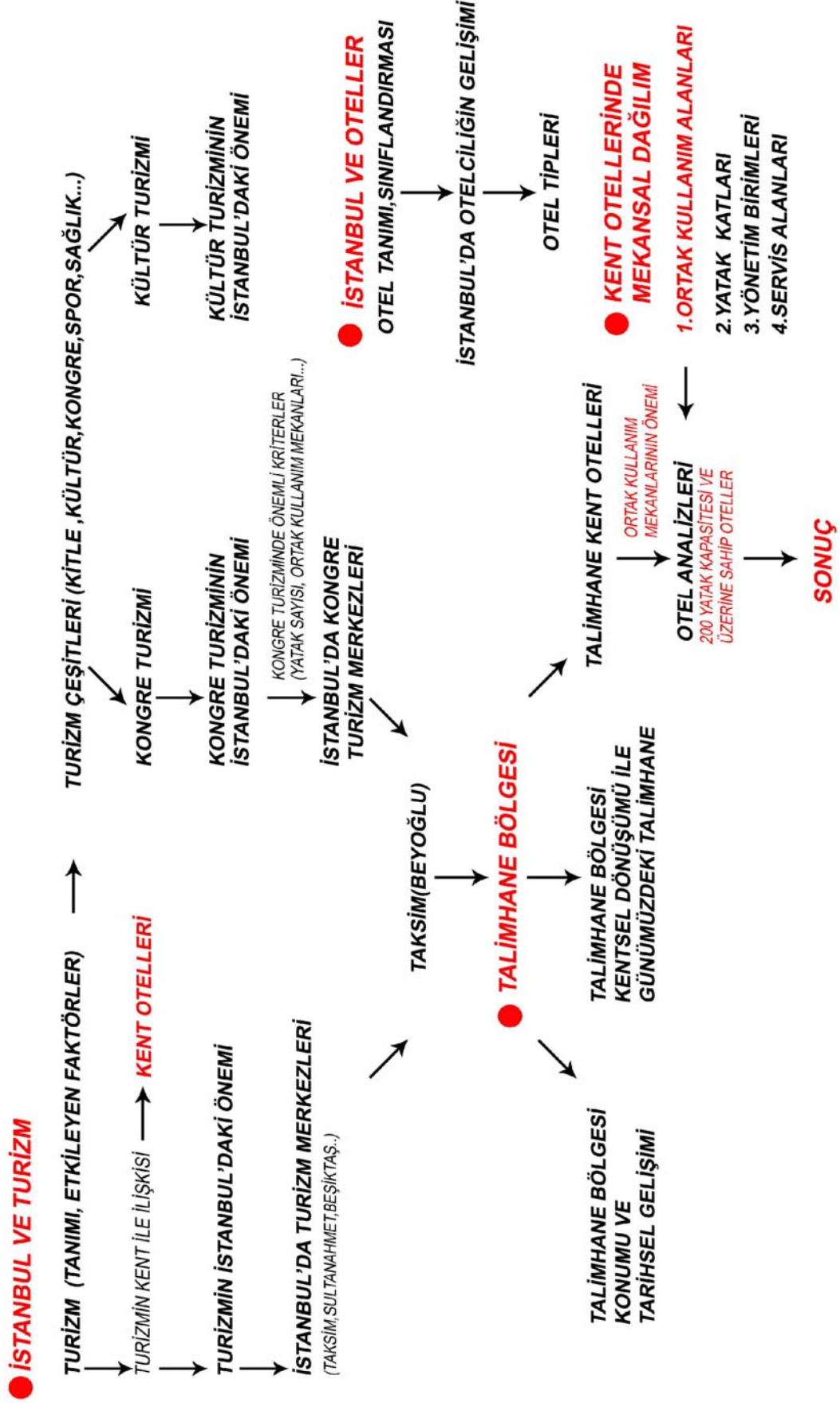
Gerek tarihi ve kültürel yapısı, gerekse Türkiye'nin en gelişmiş kenti olma özelliğini taşıyan İstanbul, hem kültür turizmini hem de kongre turizmini oldukça yoğun yaşayan bir kent konumundadır. İstanbul'un bu özelliklerini yoğun bir şekilde hissettiren bölgelerden biri olan Beyoğlu da kendi içinde bölgelere ayrılmış ve turizm bölgesi ilan edilmek üzere olan Talimhane de bu bölgeler arasına girmiştir. Talimhane özellikle konumu itibarıyla, merkezi olması, kongre vadisine yakın olması ve eğlence, alış-veriş sektörünün yürüme mesafesinde olması sebebiyle çekim noktası haline gelmiştir. Bu bağlamda araştırma için, turizmin gelişen çeşitleri arasında olan kültür ve kongre turizmi irdelenerek, bu iki turizm türünün en yoğun yaşandığı bölgelerden biri olan Talimhane üzerinden otellerin ortak kullanım alanlarının mekansal bağlamda incelenmesi hedeflenmiştir.

1.2 Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamı, turizmin ÷lkeler için öneminden yola çıkılarak, günümüzde geniş bir yer tutan kültür ve kongre turizminin yoğun yaşandığı İstanbul'da turizm alanı olarak düzenlenen Talimhane Bölgesi'nin kentsel dönüşüm geçirmesi ile birlikte gelişen kent otellerinin ortak kullanım alanlarını incelemektir. Araştırma kapsamında turizmin önemi, gelişimi, çeşitliliği ele alınmış, bu kavramların İstanbul'daki durumları değerlendirilmiştir. İstanbul'un Talimhane Bölgesi'nde konumlanan otellerin geniş analizinin yanında İstanbul'da otelciliğin gelişimi, ilk oteller ve otel tipleri de araştırma kapsamı içine alınmıştır.

Çalışma alanı için sınırlama getirilmiş ve daha net sonuçlara ulaşmak için tek bir bölge üzerinden analize gidilmiştir. Talimhane Bölgesi'nin analizi için seçilen oteller, bazı kriterlerle belirlenmiş ve bu kriterlere uygun olan oteller üzerinden çalışma kapsamı belirlenmiştir. Belirlenen otellerin ortak kullanım alanları ile ilgili çalışmalar tablolaştırılarak hazırlanmıştır. Ayrıca Talimhane bölgesindeki kentsel dönüşüm projesinin bu alandaki otellerin ortak kullanım alanlarına avantajları ve sorunları da analiz edilerek bölgenin genel durumu kapsam içine alınmıştır.

TEZİN KAPSAM ŞEMASI - ÇALIŞMA ALANI SEÇİMİ



Şema 1: Tezin Kapsam Şeması- Çalışma Alanı Seçimi

1.3 Araştırmanın Yöntemi

Mimarlıkta önemli yer tutan turizm yapıları araştırma konusu olarak belirlenmiş, özellikle son dönemlerde turizmde gelişim gösteren kongre turizmi ve turizmin yoğun yaşandığı Talimhane Bölgesi otelleri danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Yasemen Say Özer ile yapılan görüşmeler sonucu araştırma içeriğini oluşturmuştur.

Araştırmanın ilk aşamasında, literatür taraması yöntemi ile turizm kavramının tanımı yapılmış, konu ile ilgili genel bilgiler, yazılı kaynaklar ve internet kaynaklarından yararlanılarak açıklanmıştır.

İstanbul'da turizmin gelişimini etkileyen faktörler yazılı kaynaklar ve internet kaynaklarından yararlanılarak anlatılmış, yayınlanmış istatistik çalışmaları yardımıyla kentin diğer Dünya kentleri ile kıyaslaması yapılmıştır. Çeşitli yazılı kaynak ve internet kaynaklarından elde edilen veriler doğrultusunda oluşan turizm türleri ve İstanbul'da gelişen turizm türleri hakkında bilgiler verilmiştir. İstanbul'daki otellerin kapasiteleri, sınıflandırması ile ilgili veriler, TC Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Türkiye İstatistik Kurumu yayınlarından elde edilmiştir.

Otel tanımlaması ve İstanbul otelleri ile ilgili veriler TC Kültür ve Turizm Bakanlığı, TURSAB ve internet kaynakları ile elde edilmiştir. Otellerin mekansal dağılımları ve özellikle ortak kullanım alanları ile ilgili literatür çalışmaları ve gözlemler sonucu elde edilen bilgi ve izlenimlere geniş yer verilmiştir.

Çalışma alanı olarak seçilen Talimhane Bölgesi otelleri gözlem ve görüşmeler sonucu incelenmiş, gerekli genel bilgiler tablolaştırılarak aktarılmıştır. Yatak kapasitesine göre belirlenen oteller için yerinde yapılan araştırma daha detaylı olarak ele alınmıştır. Yapılan alan çalışmasının yöntemi, ilgili bölümde detaylı olarak açıklanmaktadır. Araştırmanın son kısmında, önceki bölümlerde elde edilen verilerin analizi yöntemiyle sonuçlar elde edilmiştir.

2. İSTANBUL VE TURİZM: ÖNEMİ, TURİZMİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER, TURİZMİN ÇEŞİTLENMESİ

2.1 Turizmin Tanımı ve Önemi

Turizm kavramının kökenini, Latince’de dönme hareketini ifade eden “tornus” sözcüğü oluşturmaktadır. İngilizce’deki “touring” deyimini ile “tour” deyimleri de bu sözcükten türemiştir. “Tour” dairesel bir hareketi, bazı site ve yörelerin ziyaretini, iş ve eğlence amacıyla yapılan yer değiştirme hareketini ifade eder. Özetle “tour”, hareket edilen yere dönmek şartıyla yapılan kısa ya da uzun süreli seyahatleri ifade eder. (Akat, 1997:2-3)

Türkçe’de ise “seyyah” kelimesi, “turist” , “seyahat” kelimesi ise “turizm” deyimlerinin karşılığıdır. (Özdemir, 1992:19).

Middleton buna karşın, “ Her çeşit turizm bir seyahati içerir fakat her seyahat turizm değildir” (Middleton,1994) demiştir. Middleton bu tanımında turizm ile seyahat kavramlarının birbirlerinin karşılığı olmadığı düşüncesini dile getirmiştir.

Turizm kavramı, birçok kaynakta benzer şekilde tanımlanmaktadır. Dünya Turizm Örgütü turizmi; ‘Bir yıldan az bir süreyle tatil, iş ya da diğer amaçlarla kendi çevrelerinin dışına seyahat eden insanların yaptığı faaliyetler’ olarak tanımlamaktadır.

Turizm Bakanlığı ‘Turizm, gelir getirici etkinlikler dışında kalan boş zamanlarımızın hemen hepsini içine alan bir seyahat, bundan doğan konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence gibi hizmetler ve ilişkiler bütünüdür’ tanımını yapmaktadır. [www.kultur.gov.tr]

TDK Türkçe Sözlüğü’nde turizm şöyle tanımlanmıştır:

1. Dinlenme, eğlenme, görme tanıma vb. amaçlarla yapılan gezi.
2. Bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümü. [www.tdk.gov.tr/tdksozluk]

Başka bir kaynakta yapılan tanımda ise turizm, ‘ İnsanların sürekli konutlarının bulunduğu yer dışında, sürekli olarak yerleşmemek, sadece para kazanmak ve politik ya da askeri bir amacı

izlememek üzere; serbest bir ortam içinde, iş, merak, din, sağlık, spor dinlenme, eğlence, kültür, deneyim kazanma amacıyla ya da dost ve akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılmak gibi nedenlerle, kişisel ya da toplu olarak yaptıkları seyahatlerden, gittikleri yerlerde 24 saati aşan ya da o yerin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme süresiyle konaklamalarından ortaya çıkan iş ve ilişkileri kapsayan bir tüketim olayı, sosyal bir olay, ağır, bütünleşmiş bir hizmet ve kültür sektörüdür' (Özdemir, 1992).

Son olarak Kaspar turizmi “ İnsanların esas veya sürekli yaşam yerleri veya işyerleri olmayan yerlere seyahat etmeleri veya buralarda durmalarından kaynaklanan karşılıklı ilişkiler ve olgular bütünü” olarak tanımlamıştır (Kapsar, 1981).

Turizm daha birçok ifade ile tanımlanmakta olup ortak düşünce hepsinde aynıdır. Konaklama işlevi başta olmak üzere, turizm, belli bir süre için gidilen yerde sunulan hizmetler bütünü kapsamaktadır.

Sonuç olarak, insanların belli bir süre zarfında, yaşadıkları yerin dışında, farklı yerler görme, farklı kültürler öğrenme arzusu, eğlence, iş, sağlık gibi farklı amaçlarla yaptıkları seyahatleri, bu seyahatler sırasında konaklama, yeme-içme, alış-veriş gibi faydalanılan hizmetleri, yapılan harcamaları, hizmet sunan kişi, kurum ve kuruluşları ifade eden hizmet sektörüne turizm denilmektedir.

Turizm gerek ekonomik, gerek sosyal ve kültürel gerekse politik yönü ile ülkeler için oldukça önemli yer tutan bir sektördür.

Ekonomik yönü ile turizmin ülkeler arası sağladığı döviz gelirleri ile dış ödemelere katkıda bulunması, dünya çapında ortak önem taşımaktadır. 1974 ile 1980 yılları arasında yaşanan durgunluğa karşı turizm dünyada en hızlı gelişen endüstrilerden biri haline gelmiştir. (KOZAK,2000,126)

Dünya Turizm Örgütü'nün saptamasına göre günümüzde turizm, Dünya ülkelerinin yüzde 83'ü için en önemli beş ihracat kategorisi içinde yer alırken, yüzde 38'i için en büyük döviz kaynağıdır (Mastny, 2002). Özellikle gelişmekte olan ülkeler için turizmin çekiciliği oldukça fazladır. Türkiye ekonomisi için de vazgeçilmez bir sektör olan turizm, bugün dış ticaret

açığına, enflasyona ve işsizliğe çare arayan hükümetlerin önemle üzerinde durduğu bir konudur (Çımat ve Bahar, 2003).

Turizmin çok yönlü bir sektör olması, insanlara farklı gelir kaynağı olanakları sağlamaktadır. Turizm sektörünün gelişimi, ülkede diğer sektörlerin de gelişimini paralel bir şekilde etkiler. Aynı şekilde bu sektörlerin gelişimi de turizmi tetikler. Bu yüzden turizm tek bir sektör olarak düşünülmemeli, yelpazesi geniş tutularak etkilendiği ve etkilediği tüm sektörlerle birlikte organize olmalıdır. Bu şekilde yürütülen çalışmalardan verim çok daha hızlı alınabilmektedir. Turizmden etkilenen sektörler arasında başta konaklama tesisleri olmak üzere seyahat acenteleri, ulaştırma firmaları, yiyecek-içecek, giyim ve hediyelik eşya satışı yapan işletmeciler ve döviz büroları sıralanmaktadır.

Turizmin önemli bir gelir kaynağı olmasının yanında, tarihi kentlerdeki kültürel varlıkların dünyaya tanıtılması ve yeni nesle aktarılması açısından da önemli bir kaynaktır. Bu sayede insanlar ve uluslar arası iletişim ve kültürel paylaşım artmakta, insanların vizyonları da gelişmektedir. Sosyal ve kültürel yönü ile turizm geleneksel değerlerin yaşatılmasını amaç edinmekte ve bu amaç doğrultusunda ülkeler, turistlere kendi kimliklerini yansıtan yemekler, danslar gibi geleneksel özellikler sunmaya özen göstermektedir. Böylece ülkeler hem kendi kimliklerini geleceğe taşımış olup hem de diğer ülkelerle kültürel etkileşimi sağlamış olmaktadır. Ülkelerin özelliklerini yansıtan en önemli kültürel değerlerden bir diğeri de mimari değerlerdir. Mimari açıdan önem taşıyan, ülkelerin tarihi özelliklerini yansıtan yapıların günümüzde korunması da turizm açısından önem taşımaktadır. Özellikle kültür turizminde en önemli tercih sebepleri kentin kimliğini yansıtan mimari değerlerin günümüzde örneklerinin olmasıdır. Bu da ülkelerin tarihi değerlerini korunmasına teşvik etmektedir.

Turizmi politik yönü ile ele almak gerekirse ülkeler arası politik ve ticari anlaşmalar da sektörü etkilemektedir. İnsanların yabancı ülkelere seyahat etmeleri, farklı kültürleri tanımlarına ve anlamalarına imkan vermekte, karşılıklı anlayış ve saygıyı arttırmaktadır. Turizmin farklı ülke insanları arasında geliştirdiği dostluk bağları devlet yönetimlerini de etkilemekte, ekonomik bağlantıların zorunlu kıldığı sıcak ilişkiler, ülkelerin birbirine hoşgörü ile yaklaşmaya başlamasıyla güçlenmekte, sınırların kaldırılmasına ve dolayısıyla Dünya barışına giden yolun açılmasına katkı sağlamaktadır. (Alsac,2008)

Sonuç olarak turizmin ülkeye sağladığı faydalar ya da sebep olduğu zararlar birçok sektörü iyi ya da kötü etkilemekte olup turizmin ekonomik, sosyal ve politik etkileri düşünülerek öneminin vurgulanması gerekmektedir. Bu düşünce ile hareket edildiğinde turizmin gelişimini arttırmak sadece turizm sektörü ile ilgilenen işletmecilerin değil tüm ülke vatandaşlarının çabalarıyla sağlanabilecektir. Birçok değişkenin rol aldığı "turizm olgusu" sektörler arası yoğun işbirliği gerektiren; mimarların, plancıların, kamu yöneticilerinin, yatırımcıların, işletmecilerin, tur operatörlerinin ve akademisyenlerin birlikte değerlendirmesi ve tartışması gereken bir süreçtir. (Turizm ve Mimarlık Sempozyumu, 2006, Antalya)

2.2 İstanbul'da Turizm

Türkiye genel olarak her bölgesi ile ayrı bir kültür mirası ve değerlerine sahip bir anakaradır. Türkiye birinci sınıf otel konaklama ve konferans tesisi zenginliği, dünyanın belli başlı şehirlerine kolayca ulaşım, güzel dekorlar ve eşsiz manzara cazibesi sunmaktadır. Bütün bunlara, mükemmel bir iklim ve alternatif turizm alanlarına göre çok daha düşük maliyet avantajı eklenmektedir. [<http://www.fmtr.com>]

Sadece Türkiye'nin değil tüm dünyanın en çekici ve en önemli kentlerinden biri olan İstanbul, başkent olmamasına rağmen, geçmişten beri en büyük nüfus kitlesine sahip olmasıyla kültürel faaliyetlerin, sanayinin, ekonominin, iletişim dünyasının, sanat ve spor faaliyetlerinin ve özellikle "turizmin" başkenti olmuştur.

Türkiye'nin en büyüğü ve etkileyici kentlerinden biri olan İstanbul, Türkiye'nin sahip olduğu birçok olanağı sağlaması ile turizm sektöründe Türkiye'nin en önemli gelir kaynağı sağlayan turizm bölgelerindedir.

Kitle turizmin yapıldığı Ege ve Akdeniz turizm alanlarından farklı bir kimlik ve hizmet sunan İstanbul, her geçen gün kendini daha da geliştirerek adını tüm dünyaya duyurmaktadır. İstanbul kelimesinin tam anlamıyla bir turizm başkentidir. Asya ve Avrupa kıyılarını birbirine bağlayan tek bağlantı noktası olması İstanbul'un değerini daha da attırmıştır. Bunun yanında Antik çağlardan başlayarak, Bizans dönemi, Osmanlı dönemi ve Türkiye'nin cumhuriyet döneminden günümüze kadar her dönemde kültür ve sanat merkezi olan İstanbul, birçok özelliği ile de kendini diğer turizm alanlarından farklı kılmaktadır.

İstanbul'u farklı kılan özellikleri sıralamak mümkündür. İstanbul;

- 2.100 yıllık kültürün antik kalıntı ve yapıtlarına sahiptir.
- Semavi dinlerin buluşma kentidir.
- Saraylar ve köşkler kentidir.
- Müzeler kentidir.
- Dünyanın en güzel ve popüler boğazına sahiptir.
- Kuzeyde Karadeniz ve güneyde Marmara ile çevrilidir.
- Yazılı ve görsel medyanın merkezidir.
- Holdinglerin merkezidir.
- Bankaların ve borsanın merkezidir.
- Dünya olimpiyatlarının yapılacağı aday kentler arasındadır.
- AB Tarafından “2010 Avrupa kültür başkenti” seçilmiştir.
- Türkiye'nin çok yönlü turizm merkezidir. (Barış. K, 2007)

Gerek tarihi ve kültürel yapısı, gerekse Türkiye'nin en gelişmiş kenti olma özelliğini taşıyan İstanbul; turizmde sunduğu değerlerle birlikte dünya metropolü olmasının da avantajlarını yaşamaktadır. [[http:// turismtoday.com](http://turismtoday.com)]

İstanbul, sahip olduğu olanaklarla Türkiye'nin en önemli turizm şehirlerinden biri olmasına rağmen, dünya turizminde hala gerektiği konuma ulaşamamıştır. Dünya şehirleri arasında ismini duyuran İstanbul'a gelen ziyaretçi sayılarının diğer dünya şehirleri ile karşılaştırıldığında İstanbul geride kalmaktadır. Bu da turizm olanakları ve verileri fazla olan İstanbul'da turizme daha çok önem verilmesi gerektiğinin göstergesidir.

Tablo 1 Kentlerin Ziyaretçi Sayıları, Ortalama Kalış Süreleri, Otellerinin Yıllık Doluluk Oranı ve Yatak Kapasitesi (İstanbul, Paris, Londra, Barselona, Lizbon) (ÇAKILCIOĞLU, M.)

Kent	Yabancı Ziyaretçi Sayısı	Ortalama Kalış Süresi (Gece)	Otellerin Yıllık Doluluk Oranı	Yatak Kapasitesi
İstanbul	3.473.144	2,4	41,60%	80.612
Paris	24.500.000	5,5	81,00%	147.804
Londra	11.600.000	7	66,00%	200.298
Barselona	4.549.587	3,6	76,00%	45.286
Lizbon	2.500.000	2,2	73,00%	21.241

İstanbul'un olumlu yönlerinin yanı sıra olumsuz yönlerini de olduğu bilinen bir gerçektir. Bu doğrultuda İstanbul'un analizini yapmak gerekirse;

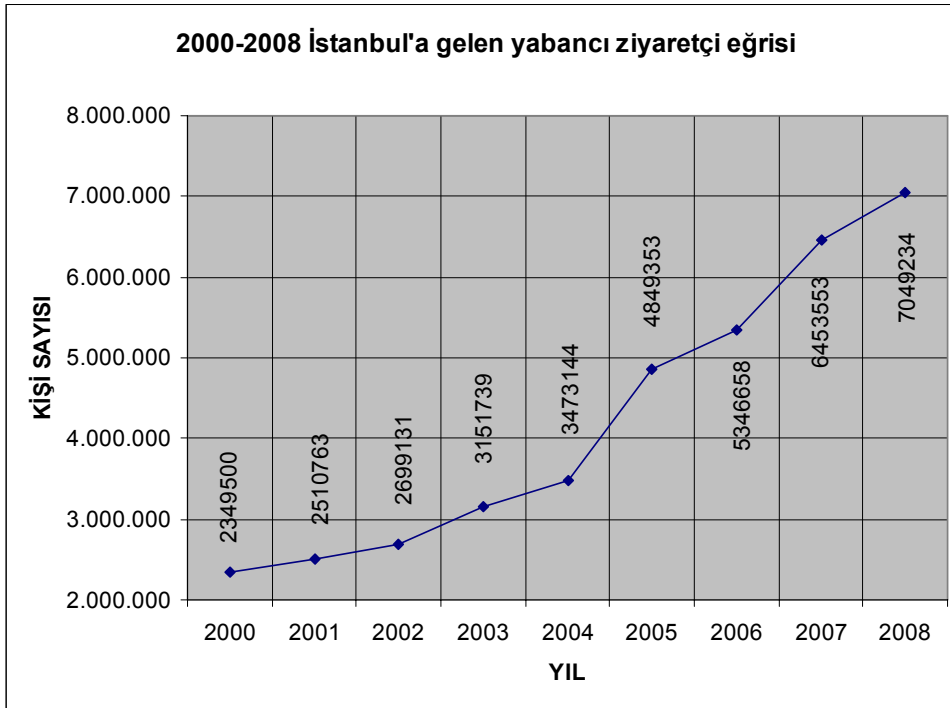
Tablo 2 İstanbul'un Olumlu ve Olumsuz Yönleri (ÇAKILCIOĞLU, M.)

Güçlü Yanlar	Zayıf Yanlar
<ul style="list-style-type: none">• Eşi bulunmaz ve yenilenemez tarihi, kültürel ve doğal özellikler• Coğrafi konumun çekiciliği• Ekonomik ve demografik dinamizm• Çok kültürlü sosyal yapı	<ul style="list-style-type: none">• Ekonomide kayıt dışılık• Kesintisiz göç• Yüksek maliyetli kentsel altyapı• Düzensiz gayrimenkul piyasası• Kentin gelişmesi ve kalkınmasında deneyimlerin, kazanımların ve edimlerin kurumsallaşmaması
Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none">• Kıtalararası diyalogun küresel sorunların çözümüne yönelik olarak geliştirilmesinde öncü olması• Teknoloji ve bilgiye dayalı, toplumsal kalkınma amaçlı yatırımların toplanma ve dağıtım merkezi olması	<ul style="list-style-type: none">• Doğal afetlere karşı hasar görebilirliği yüksek yerleşmelerin ve yapı stoğunun varlığı• Doğal ve kültürel değer ve kaynakların tahrip derecesinin artması• Küresel güçlerin jeopolitik ve askeri ilgilerini çevre bölgelere odaklaması ve fırsatları sınırlayarak riskleri arttırması

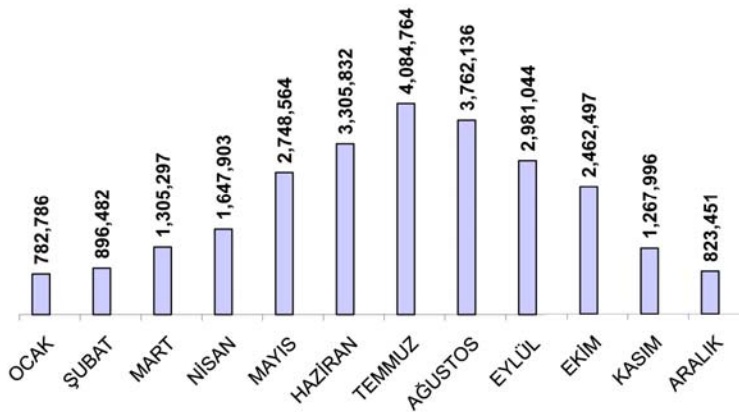
İstanbul'un alternatif turizmde, güçlü ve zayıf yönlerinin analizinin yapılması, kentin vizyonuna uygun stratejinin seçilmesine yardımcı olacaktır. Özellikle 2010 turizm başkenti seçilen İstanbul'un strateji geliştirirken mevcut durum analizinin yapılması gerekmektedir. Bu analize İstanbul'a gelen ziyaretçi sayısının aylara ve yıllara göre dağılımını ve bu ziyaretçilerin yolculuk tercihlerini saptayarak başlamak stratejinin başlangıcı belirleyebilir.

Aşağıdaki tablolarda Çelik'in yapmış olduğu istatistikler bulunmaktadır. Bu istatistiklere göre İstanbul'a gelen ziyaretçi sayısı her geçen yıl artış göstermektedir. Ayrıca Türkiye ve İstanbul'un aylara göre ziyaretçi sayılarını gösteren tabloya bakıldığında Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı genel olarak yazın artış göstermiş iken, İstanbul'da yaz ayları ve diğer aylar arasında çok fark bulunmamaktadır. İstatistiklerin de gösterdiği gibi İstanbul her mevsimde turist çekebilen özelliklere sahip önemli bir şehir konumundadır.

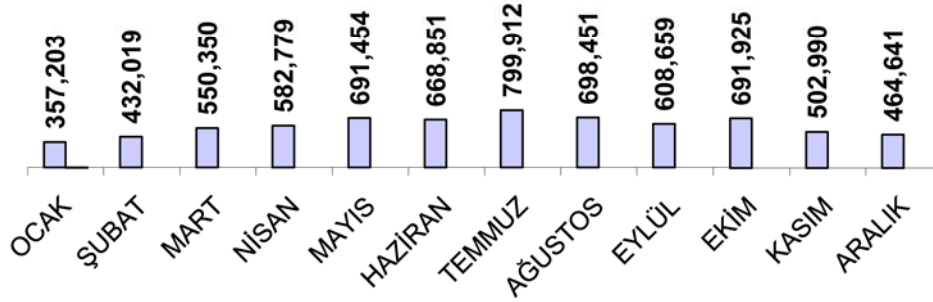
Tablo 3 İstanbul'a gelen ziyaretçi sayısı, 2000-2008 (Çelik, A.,2008)



Tablo 4 Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayıları (Çelik, A.,2008)



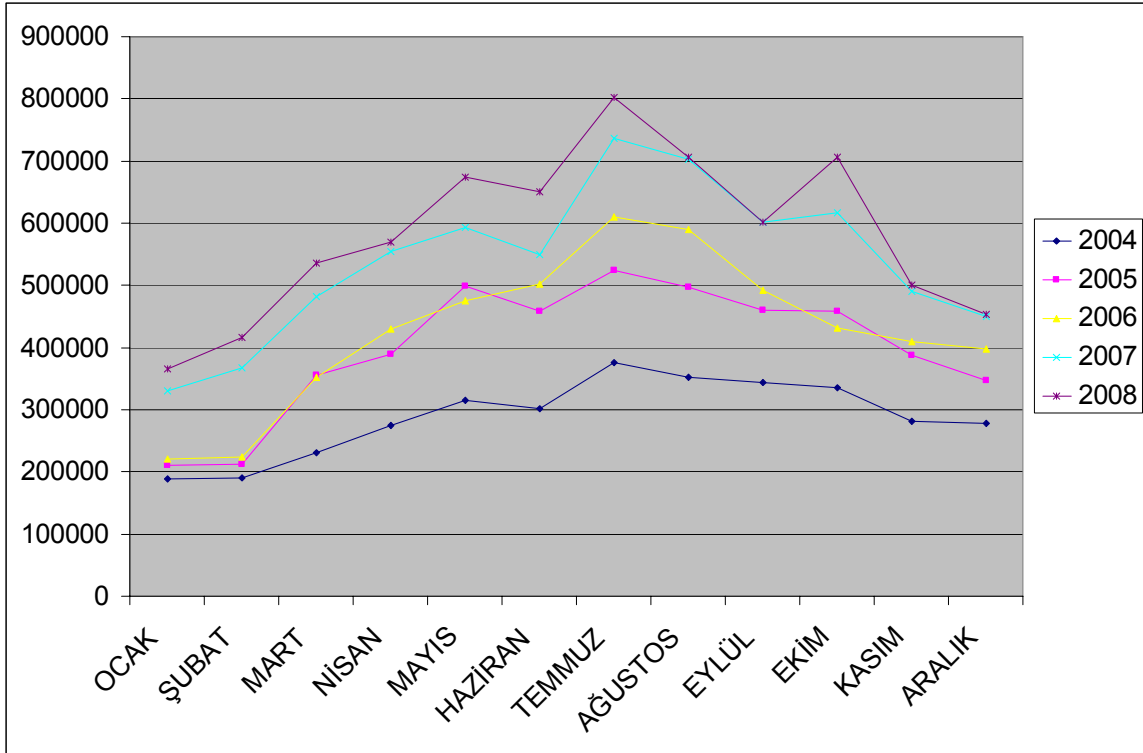
Tablo 5 İstanbul'a gelen yabancı ziyaretçi sayıları (Çelik, A.,2008)



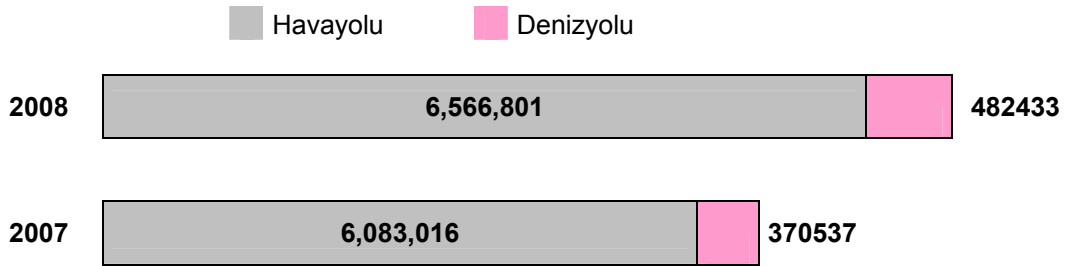
Tablo 6 Farklı yollarla İstanbul'a gelen yabancı ziyaretçi sayıları (Çelik, A.,2008)

2008	Atatürk Havalimanı	Sabiha Gökçen Havalimanı	Haydarpaşa Limanı	Karaköy Limanı	Karaköy Transit	Pendik Limanı	Toplam
Ocak	329107	26312	308	1062	257	157	357203
Şubat	397890	32183	207	1213	338	188	432019
Mart	493359	52033	147	1579	3007	225	550350
Nisan	510222	48764	321	5458	17870	144	582779
Mayıs	565374	58405	273	11933	55129	340	691454
Haziran	555887	67169	268	5938	38629	960	668851
Temmuz	643960	87716	382	7474	59262	1118	799912
Ağustos	566717	71121	362	6512	53138	601	698451
Eylül	476904	52858	288	7579	70228	802	608659
Ekim	545710	56421	287	8876	79631	1000	691925
Kasım	431388	34551	346	3588	32712	405	502990
Aralık	417891	44859	229	1426	196	40	464641
Toplam	5934409	632392	3418	62638	410397	5980	7049234

Tablo 7 Yıllara göre İstanbul'a gelen yabancı ziyaretçi sayıları eğrisi (Çelik, A.,2008)



Tablo 8 İstanbul' deniz ve havayollarıyla geliş sayıları (Çelik, A.,2008)



2.3 İstanbul'da Turizmin Gelişimi Etkileyen Faktörler

Turizm sektörü her geçen gün gelişim göstermektedir. Bu gelişime ayak uydurmak için, gelişimi sağlayan etkenlerin bilinmesi, varsa eksiklerin giderilmesi, özellikle gelişmekte olan ülkelerin kalkınmalarına fayda sağlayacaktır. Turizm gibi dünya çapında önemli bir sektörün gelişimini etkileyen faktörler, ülkelerde eğitim ve kültür seviyesinin yükselmesi ile refah düzeylerinin artması, zenginleşme, politik etkilerle uluslararası ilişkilerin güçlenmesi, teknolojideki gelişmelerin ulaşım ve iletişime getirdiği olanaklar olarak sıralanabilir.

Ulaştırma, iletişim, güvenlik, çalışma yaşamının düzenlenmesi, serbest zaman artışı, eğitim düzeyinin yükselmesi, gelirlerin artması, turizmin küreselleşmesine katkıda bulunmaktadır. (Usta 2002). Toplumların eğitim seviyelerinin gelişen teknoloji ile paralel olarak yükselmesi seyahat etme oranlarını attırmakta ve toplumların kültür düzeylerini geliştirmektedir. Almanya'da yapılan bir araştırma, ilköğrenim görmüş kişilerin %22'sinin, orta öğrenim görmüş kişilerin %52'sinin, yüksek öğrenim görmüş kişilerin ise %62'sinin seyahat ettiğini göstermiştir (Doğan, 1987). Bununla beraber seyahat etmek de eğitime katkı sağlamaktadır. Seyahat etmek, bireyin ufkunu genişletir, kültürünü artırır ve öğrenmenin verdiği haz bireyi daha fazla seyahat etmeye teşvik eder. Turizmin ve eğitimin etkileşimi bu döngü içinde gelişmeye devam etmektedir.

Eğitim düzeyi yüksek olan insanların gelir düzeyleri de yüksek olup seyahat etmeleri daha rahat olmaktadır. Ayrıca gelişen çağda yabancı dil bilmenin avantajları oldukça fazla olup, insanlar dil öğrenme amacı ile de seyahat etmektedirler. Eğitim seviyesinin artması, Dünya'da yabancı dil bilen insan sayısını arttırmaktadır. Ziyaret edilecek ülkede konuşulan dilin bilinmesi veya o ülkede ziyaretçilerin dilini konuşabilen kişiler bulunması turizm faaliyetlerini cesaretlendirmektedir. (Alsaç, D., 2008)

Eğitime ve işe dayalı bir yaşam biçiminin sürdürüldüğü dünya toplumlarında önemli gün ve haftalar, tatil günleri de turizmi etkilemektedir. Her milletin bayramı, özel günleri farklı olup farklı dönemlerde tatil yapabilmektedirler. Örneğin Türk milleti için önemli olan dini bayramlar ya da yılbaşı olarak adlandırdığımız "noel" bayramı seyahat yapabilme açısından en uygun fırsatlardır.

Günümüzde birçok devlet barış ve refah içinde yaşamakta olup ülkeler arası iletişim gelişmektedir. Birçok ülke hem kendi ülkesinin gezilip görülmesi hem de farklı ülkeleri gezip görme arzusu ile turizmi desteklemektedir. Gelişen teknoloji ile ticari ilişkiler güçlenmekte ve birçok işletme uluslararası çalışmaktadır. İş imkanlarının artması, uluslararası düzenlenen kongreler ve toplantılar iş amacıyla yapılan seyahatlerin de orantılı olarak artmasına sebep olmuştur.

Gelişen teknoloji ile ulaşım ve iletişim araçlarının olanaklarının artmasını sağlamıştır. Özellikle gazete, radyo, televizyon, telefon ve internet gibi kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, artık istenilen birçok bilgiye ulaşmayı kolaylaştırmıştır. Kitle iletişim

araçlarının gelişmesi reklam ve tanıtım olanaklarını da arttırmıştır. Böylece dünya ülkeleri hakkında bilgi edinmek ve gitmek istenilen yeri önceden görmek turizmi geliştiren bir faktör olmuştur. Turizm işletmeleri de kendi tanıtımlarını istedikleri düzeyde yapabilmekte ve her yönden turist kitlesine kendini gösterebilmektedir.

Turizm tüm bu faktörlerin yanında ülkelerin gündemdeki olaylarından da oldukça etkilenmektedir. Örneğin, Türkiye 2006 yılında, terörist saldırılar, kuş gribi, Danimarka'da gerçekleşen karikatür krizi, İsrail-Lübnan krizi, Irak'taki durumun dengesizliği, 2006 Dünya Kupası'nın Almanya'da yapılması, İtalya, Yunanistan, İspanya, Portekiz gibi ülkelerin turist gelişlerinde %4-12 arası bir artış yaşamaları gibi sebeplerden dolayı turizm sektöründe oldukça önemli bir kriz yaşamıştır. (www.kultur.gov.tr)

Sonuç olarak turizm, tek başına bir sektör olmayıp eğitim, kültür, teknoloji, inanç gibi daha sayılabilecek bir çok sektörden etkilenmektedir.

Turizmin gelişimini etkileyen tüm faktörler Türkiye'nin önemli turizm bölgelerinden biri olan İstanbul'da da olumlu veya olumsuz etkiler yaratmaktadır. İstanbul'un sahip olduğu imkanlar ele alındığında İstanbul kültür, kongre, eğitim, spor gibi turizm türlerini içinde barındıran şehir turizminde yüksek potansiyele sahiptir. Bu potansiyeli iyi değerlendirmek için İstanbul'a yönelik planlı bir vizyon oluşturmak gerekmektedir

Günümüzde Türkiye'de eğitim ve kültür seviyesinin en üst düzeyde olduğu, refah düzeyi Avrupa standartlarını yakalamış, teknolojideki gelişmelerin getirdiği olanakları Türkiye şehirleri arasında en iyi şekilde değerlendiren İstanbul'un, 2010 "Avrupa Kültür Başkenti (AKB)" ilan edilmesi turizmin gelişimini etkileyen en önemli faktörlerdendir.

2000 yılında Türkiye ve AB arasındaki ilişkileri geliştireceğine inanan bir grup gönüllünün, sivil toplum girişiminde bulunması, bu girişimin İstanbul Valiliği ve Dışişleri Bakanlığı'nın desteğini alması ve bakanlığın 2003 yılında Brüksel'e gidip bir niyet mektubu vermesi Türkiye'nin Avrupa Kültür Başkenti olma kararlığını ortaya koymuştur. 2005 yılında ise, o dönemde Danışma Kurulu Başkanı olan İstanbul milletvekili Egemen Bağış, Vali Muammer Güler, Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir Topbaş, Yürütme Kurulu Başkanı ve sivil toplum temsilcileri tekrar Brüksel'e giderek İstanbul'un Avrupa Kültür Başkenti olması için resmi

başvuruda bulunması sonucu, uluslar arası seçici kurul ve AB organlarının onayı ile Kasım 2006'da AB Bakanlar Kurulu İstanbul'u Avrupa Kültür Başkenti ilan edilmiştir.

İlanın ardından kurulan İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Ajansı bünyesinde stratejiler belirlenmiştir. Kentsel uygulamalar, kültür-sanat ile turizm ve tanıtma olarak belirlenen üç ana başlık altında toplanan çalışmalar, 13 farklı alanda faaliyet gösteren direktör ve yönetmeliklerle yürütülmektedir. (Çolakoğlu, N.M., 2008)

Kentsel uygulama projeleri restorasyon, renovasyon, restitüsyon ve kentsel dönüşümü kapsamaktadır. Bu alandaki uzun vadeli çalışmaların İstanbul'da kalıcı etkilerinin olacağı düşünülmektedir. Böylelikle kentin zengin kültür mirası korunacak ve bu miras, tüm dünya ülkeleri ile paylaşılacaktır.

İstanbul' a hareket kazandıracak olan kültür-sanat etkinlikleri düzenlenmesi ile kentte kültür ve sanat altyapısının geliştirilmesi sağlanacaktır. Böylelikle dikkatler İstanbul'a çekecek ve İstanbul'un tanıtımının kaliteli olması turizmin gelişimini etkileyecektir.

Turizm ve tanıtma faaliyetleri ise, İstanbul'un çekim gücünün artırılmasına, Türkiye'nin AB'ye giden yoldaki çabalarına önemli bir katkı sağlamasına ve bunun sonucunda da İstanbul' a gelen turist sayısının ciddi oranda artmasına yönelik düzenlenen bir çalışmadır.

İstanbul, bir bütün olarak turizm alanında her yapılan iyileştirme ile biraz daha potansiyeli aktif hale gelmiş ve başta çizilen hedefe doğru yol almış olacaktır. Burada en önemli nokta; İstanbul'un medeniyetlerin harmanlandığı ve eşsiz kültürel mirasa sahip bir şehir olarak bu eşsizliğini küresel bir turizm stratejisine dönüştürebilmesidir. İstanbul, vakit geçirmeden bu ana stratejinin felsefesini, altyapısını ve pratiğini oluşturmanın yöntemini bulmalı ve bu yöntem doğrultusunda çalışmalarını sürdürmelidir. Bu doğrultuda İstanbul'un gerçekten küresel bir cazibe merkezi haline gelme şansı yüksek görünmektedir. (Bilgili, E., 2008)

Tüm bu çalışmalar turizmi tetikleyici genel unsurlardır. Tüm bu çalışmaların yanında turizmin gelişmesini etkileyen faktörlerden bir diğeri ise İstanbul'a gelen ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesidir. Ziyaretçilerin memnun oldukları yönde gelişimi arttırmak, memnun olmadıkları durumları da ele alarak memnuniyetsizliği azaltmak turizmin gelişmesinde olumlu sonuçlar elde etmeyi sağlamaktadır.

Bu amaca yönelik yapılan bir araştırmada uluslararası ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri incelenmiş olup değerlendirmede, İstanbul'a gelen uluslararası ziyaretçiler, Türk halkının misafirperverliği ve İstanbul'un sahip olduğu tarihi kültürel ve turistik kaynaklardan (müzeler, saraylar, farklı turizm elemanları vb.) fazlasıyla memnun olurken , en memnuniyetsiz oldukları konu, trafik sıkışıklığı ve farklı ulaşım araçlarının yetersizliği olarak belirtilmektedir. (Çıracı, H., KERİMOĞLU, E., 2008)

Tablo 9 İstanbul'da uluslararası ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri
(Çıracı, H., KERİMOĞLU, E., 2008)

Açıklamalar	Uluslararası ziyaretçilerin memnun oldukları İstanbul'un potansiyellerinin dağılımı (%)			Uluslararası ziyaretçilerin memnun olmadıkları İstanbul'un potansiyellerinin dağılımı (%)		
	Yaz sezonu	Bahar sezonu	Kış sezonu	Yaz sezonu	Bahar sezonu	Kış sezonu
Konaklama tesislerinin kalitesi	21	31	29	0	0	0
Kültürel kaynaklar	52	60	62	0	0	0
Alışveriş olanakları	24	29	27	0	2	0
Eğlence olanakları	15	19	19	2	4	2
Özgün yaşam koşulları	30	24	31	0	1	0
Hizmetlerin kalitesi	14	27	31	1	1	1
Ücretler	10	11	17	10	10	4
Temizlik	8	10	15	4	3	2
Türk yemekleri	39	46	47	1	1	0
Misafirperverlik	55	68	75	1	1	0
Kişisel güvenlik	23	33	30	0	1	1
Kalabalıklık	27	30	21	1	1	2
Politik durum	6	6	11	4	3	5
Genel atmosfer	21	18	15	1	2	4
Macera fırsatları	21	16	18	1	10	4
Farklı bilgiler edinme fırsatları	38	39	46	1	1	0
Erişebilirlik	24	32	23	1	2	0
Raylı sistem kalitesi	12	21	24	5	4	3
Karayolları ulaşım araçlarının kalitesi	11	16	17	3	3	3
Deniz ulaşım kalitesi	27	31	28	1	1	1
Trafik sıkışıklığı	43	35	22	1	1	3

2.4 Turizmin Çeşitliliği ve İstanbul

Turizmi çeşitlendirmek temelde:

- Doğal, tarihi ve kültürel kaynakların çeşitliliğine,
- İklimsel ve coğrafi pozisyonun çeşitli turizm ürünleri açısından elverişliliğine,
- Mesleki ve sivil toplum kuruluşlarının yaygınlık ve gelişmişliğine,
- Yaratıcı ve güçlü bir turizm endüstrisine,
- Turizmi çeşitlendirme konusunda kararlı plan ve politikalara sahip kamu yönetimine,
- Güçlü yerel yönetimlere,
- Özelleştirilmiş ve detaylandırılmış tanıtım ve pazarlama yöntemlerine,
- Güçlü ve planlanmış bir iç pazar gelişimine,
- Arz çeşitliliği yaratmadaki başarıya bağlıdır. (www.tursab.org.tr)

Son yıllarda turizmi canlı tutabilmek için farklı arayışlara gidilmektedir. Turizmi geliştirme hedeflerinden en önemlisi olan turizmi tüm aylara yayma politikası bunlardan biridir. Turizmin uzun vadeli olabilmesi için deniz-kum-güneş ağırlıklı tatil turizmi ile sınırlı kalmaması ve farklı turizm alternatifleri sağlanması gerekmektedir. Bunun yanında 20. yüzyılın sonlarına doğru, kitle turizminin ülke ve bölgeler üzerindeki olumsuz etkileri olduğu saptanması da farklı turizm alternatifleri arayışına gitmeyi desteklemiştir.

Günümüzde “Alternatif Turizm” kavramı turizmin geliştirme hedefleri ve turistlerin farklı arayışlar içinde olması sebepleri ile ortaya çıkmıştır. Alternatif turizm, kitle turizminden farklı bir anlayışta olup dolayısıyla farklı bir ürün sunumunu ifade eder.

Alternatif turizm kavramı özellikle 1990’lı yılların ortalarından itibaren kullanılmaya başlanmıştır. Kitle turizminin her geçen gün etrafına duvarlar ören bir tarzda gelişmesi ve yine turistlerin de etrafına duvarlar ören bir hal alması, yeni turizm modellerinin geliştirilmesi fikrini doğurmuştur. Bunda elbette ki pazarı oyuncularının zaman içinde büyük ekonomik güce erişmeleri ve rekabetin çok zor bir hal alması da etken olmuştur. Pazara girmek isteyen yeni aktörler ise rekabet avantajı olarak yeni ürünler geliştirmeyi uygun bulmuşlardır. (<http://www.bydigi.net/genel-kultur/234498-turizm-turleri.html>)

Kitle turizmine bir tepki olarak gelişen "alternatif turizm" politikalarının ortak özellikleri şöyle sıralanabilir (Dinç,1996):

- * Bölgenin taşıma kapasitesini zorlamayan sınırlı katılım
- * Turizmin mekan ve zaman açısından yayılması
- * Yavaş ve denetimli gelişim
- * Küçük ölçekli turistik işletmeler
- * Çevreyle uyumlu, özgün turizm mimarisi
- * Yerel halk ve turist arasındaki iletişimde uyumluluk
- * Bağımsız çalışan uzmanlaşmış tur operatörleri
- * Geleneksel ve özgün değerlerin korunması
- * Yerel ölçekte turizm planlaması
- * Turistik istihdamda yöre halkında öncelik verilmesi

Günümüzde alternatif turizm türleri oldukça gelişmiştir. Kültür ve kongre turizmi başta olmak üzere termal turizm, yat turizmi, inanç turizmi, yayla turizmi, golf turizmi, av turizmi, deniz termal ve sağlıklı yaşam merkezleri turizmi, dağ ve kayak turizmi, karavan turizmi, göl şelale turizmi, macera turizmi, mağara turizmi, akarsu sporları, trekking, kuş gözetleme, yamaç paraşütü, triatlon, paraşütle atlama, dalış, bungee-jumping gibi farklı bölümlere ayrılan spor turizmi vb. turizm türleri her ülkenin kendine özgü özelliklerine bağlı olarak değişmektedir.

Hayta, A.B. turizmin çeşitlerini farklı bir bakış açısıyla ele almıştır.

Turizm çeşitlerini katılanların sayısına, yaşlarına, sosyo-ekonomik durumlarına ve katılım amaçlarına göre dört ana grupta incelemek mümkündür.

1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri

- Bireysel Turizm
- Kitle Turizmi
- Grup Turizmi

2. Katılanların Yaşlarına Göre Turizm Çeşitleri

- Gençlik Turizmi
- Orta Yaş (yetişkin) Turizmi
- Üçüncü Yaş Turizmi

3. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Çeşitleri

- Sosyal Turizm

- Lüks Turizm
4. Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Çeşitleri
- Dinlenme ve Eğlence Turizmi
 - Kış Sporları Turizmi
 - Sağlık Turizmi
 - **Kültür Turizmi**
 - İnanç Turizmi
 - **Kongre Turizmi**

Turizmin tüm bu özelliklere göre çeşitlenmesinin yanında tek başına bir tür olarak gelişen şehir turizmi de turizm çeşitlerini içine almaktadır. Şehir turizmi; kültür turizmi, kongre turizmi, eğlence turizmi, sağlık turizmi, alışveriş turizmi, spor turizmi ve inanç turizmi gibi yaygın olan türleri kapsamaktadır.

Turizmdeki bu çeşitlilik her ülkede, her şehirde ve bölgede o yerin konumu, özellikleri ve kimliğine bağlı olarak farklılaşmaktadır. İstanbul açısından turizm çeşitliliğini incelemek gerekirse, İstanbul gerek kimliği, gerek tarihi özellikleri ve gerekse stratejik konumu ile turizm açısından oldukça geniş olanaklara sahiptir. İstanbul'daki yaşam çeşitliliğine bağlı olarak turizmin çeşitlenmesi de orantılı bir şekilde gelişmiştir.

Şehir turizmi şehirde gerçekleşen bütün turizm çeşitliliğini kapsayıcı özelliği ile İstanbul açısından oldukça önemlidir. Bunu açmak gerekirse; kültür turizmi, kongre turizmi, sağlık turizmi, alışveriş turizmi, spor turizmi ve eğlence turizmi, İstanbul'da öne çıkan turizm çeşitliliği olarak görülmektedir. İstanbul, dünya şehirleri arasında istatistikler açısından henüz çok önlere olmasa da potansiyeli itibarıyla ilkler arasında olma imkanına sahip görünmektedir. (Bilgili, A.E., 2008)

İstanbul, 2100 yıllık tarihi ve stratejik konumu ile kültür; gelişmiş olanakları, banka, borsa, holding merkezi olması ve havaalanının olmasıyla kongre; semavi dinlerin buluşma noktası olmasıyla inanç; her kesime hitap eden mekanların, alışveriş merkezlerinin olmasıyla eğlence- alışveriş ve yine konumu itibarıyla liman şehri olmasıyla kruvaziyer turizmlerini içinde barındıran çok yönlü bir turizm şehridir. Ayrıca Dünya olimpiyatlarının yapılacağı aday kentler arasında olan İstanbul spor turizmine yönelik de hizmet vermektedir.

İstanbul'un turizm sektöründe çok yönlü olması, turizmin İstanbul'un önemli gelir kaynaklarından biri olmasını sağlamıştır. Buna bağlı olarak İstanbul turizmin hareketlenmesi için oldukça önemli iken, turizm de İstanbul'un tanıtımı ve gelir sağlaması ile İstanbul için önemlidir. Bu döngünün işleyebilmesi turizm türlerinin doğru bölgelerde gelişmesi ve kaliteli hizmet vermesine, turizme ve İstanbul kentine duyarlı olunmasına bağlıdır.

2.4.1 Kitle Turizminin İstanbul'daki Yeri

Yirminci yüzyılın ilk yarısında başlayan ve turizm sektöründe bir başlangıç olarak kabul edilen kitle turizmi, 1960'lardan sonra işçi ve orta gelir sınıfı insanların öncülük ettiği bir turizm türü olmuştur. Endüstri devrimiyle gelir düzeyindeki ve boş zamanlardaki artış, özellikle hava taşımacılığının toplum kullanımına sunulması, kitlelerin seyahat etmesine, maliyetlerin azalmasına olanak tanımış ve kitle turizmi kendine özgü bir organizasyon ve pazar oluşturmuştur. (DİNÇ, H., 1995)

Günümüzde geniş insan toplulukları tarafından benimsenmiş olan kitle turizmi, turizmin tarihi boyunca sürekli değişim ve gelişim göstermiştir. Kitle turizminde turist, iyi ve kaliteli organizasyon, temiz ve güvenilir konaklama birimleri, nitelikli bölgeler, hızlı ulaştırma sistemi ve düşük maliyet arayışı içindedir.

Kitle turizminin başlıca özellikleri şunlardır (Dinç 1996):

- * Taşıma kapasitesini zorlayan çok sayıda katılım
- * Mekan ve zamanda yoğunlaşma
- * Hızlı ve denetimsiz gelişim
- * Büyük ölçekli, uluslararası standartlara uygun, kolektif konaklama düzeni
- * Genellikle kıyılara ve özgün doğa parçalarına yönelik
- * Yerel mimariyi dışlayan, anonim turizm mimarisi
- * Yerel halk ve turist arasındaki ilişkinin kopuk olduğu, kapalı turist bölgeleri
- * Çok uluslu tur operatörlerine bağımlılık
- * Yerel turistik ürünlerin özelliklerini yitirerek standartlaşması
- * Ölçek ekonomilerine dayalı bir gelişme ve yatırım.

Belirtilen özelliklerden de anlaşıldığı gibi kitle turizmi ülke ekonomisine katkı sağlayan fakat diğer taraftan ülke ve turizm bölgelerinde olumsuz etkiler bırakan, halk ile turist arasında

iletişimi zorlaştıran ve kontrolsüz gelişen bir sistemdir. Turizm bölgelerinde yapılaşmaya bağlı görsel bozulmalar söz konusu iken ekolojik çevre de kitle turizminin etkisiyle yıpranmaktadır. Halk ile turist arasındaki ilişki kopukluğu kültürel bozulmalara sebep olmaktadır. Bu yüzden turizminin gelişimine engel olmadan önlemler alınmalı ve ülkeler daha fazla olumsuz etkilerle karşılaşmamalıdır.

Kitle Turizminin Çevresel Etkilerini üç ayrı bölümde toplayan Kısaovalı yaptığı çalışmada kitle turizminin tüm olumsuzluklarına yer vermiştir.

Doğal çevreye etkileri:

- Tarım alanlarının yok olması
- Arazi kullanımlarının değişmesi
- Toprak- su - hava kirliliği ve insan üzerindeki olumsuz etkileri
- Doğal morfolojinin bozulması (kıyı, dağ, göl vb.)
- Su, toprak ve havada yaşayan flora ve fauna'nın yaşam alanlarının daralması
- Denize bağlı rekreasyon eylemlerinin olumsuz etkilenmesi
- Aşırı su kullanımı sonucu su kaynaklarının tükenmesi
- Çevresel kirlilik ve yoğun yapılaşma nedeniyle tür kayıpları, ekolojik dengenin bozulması
- Hayvanların ticari mal olarak tüketilmesi
- Rekreasyon olanaklarının azalması
- Kıyı alanlarının bozulması
- Orman alanlarını tahrip olması

Yapılı çevreye etkileri:

- Şerit halinde genişleme ve yayılma sonucu kesintisiz kıyı yerleşimi oluşması
- Arazi kullanımlarının değişmesi (konutların otele dönüşmesi gibi)
- Turistik yerleşmenin ikincil konut alanlarıyla boğulması
- Alt yapının aşırı yüklenmesi
- Yapılı alanın kontrolsüz çoğalması
- Yeni yerleşmeler oluşturma
- Yeni mimari stiller ve binalar
- Binli yoğun kullanımlı kapasite
- Kimliksiz yapılaşmaya bağlı estetik bozulma
- Yanlış yapılaşma ile erozyona sebep olunması
- Turist trafiğinden kaynaklanan hava kirliliği

Sosyo-kültürel çevreye etkileri:

- Tarihi zenginliklerin bilinçsizce pazarlanması sonucu oluşan kültürel kayıp
- Dildeki kelimelerde değişim
- Genel anlamda geleneksel değerlerin zayıflaması
- Toplumsal katmanlar arası çatışmanın artması
- Yaşam biçiminin değişimi
- Sezonluk göçlerin artması
- Turizm sezonu içinde turistik bölgelerde aşırı yüklenme (kalabalıklaşma)
- Doğal çevrenin bozulmasının insanlar üzerinde yarattığı psikolojik olumsuzluklar (Kısaovalı, P.)

İstanbul ‘un deniz ile çevrili olmasına karşın, tam anlamıyla bir metropol şehir kimliğine bürünmesi, kitle turizminin gelişmesine imkan vermemiştir. Ayrıca iklimsel özellikleri ile de İstanbul, güney kıyılarına oranla daha az potansiyele sahiptir. Kitle turizminin İstanbul’da gelişmemesi şehrin tarihi kimliğinin bozulmasına tehlike yaratmaması açısından önemlidir. Her turizm türünün her bölgede gelişme olanağı yoktur. İstanbul’ da kitle turizminin yaygınlaşmaması da buna örnektir.

2.4.2Kültür Turizmi’nin İstanbul’daki Yeri

Kültür, Latince “cultura” kelimesinden diğer dillere geçmiş ve 12. yüzyıldan günümüze kullanılan bir sözcüktür (Le Robert Quotidien). Önceleri tarımsal üretimi, ekip biçmeyi anlatan kelime 19.yüzyıldan itibaren insan topluluklarının becerileri, sanatları, gelenekleri ve toplam yaşama biçimi şeklinde tanımlanmıştır (Usal ve Kuşlivan 1998).

Türk Dil Kurumu kültür (ekin, eski dilde hars) kavramı için “Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü” tanımını yapmıştır.

A.L. Kroeber ve C. Cluckhohn adlı iki ünlü Amerikalı insanbilimci ise yayınladıkları bir kitapta kültür kavramının yüztatmışdört farklı tanımını yapmışlardır.. (Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions, 1952.)

Kültür turizmi, geleneksel tanımlaması ile eski (genelde antik) kültürel değerlerin, etkinliklerin sosyolojik olayların, geleneklerin ve sanat eserlerinin korunmasını; bunların turizm arz kapasitemize dahil edilerek turizmde ilgi ve gelir artırıcı olarak kullanılması ile ilgilendirilen kavram olarak kullanılmaktadır. (Gümüş,H., www.turizmgazetesi.com)

Kültür ülkelerin kendi kimliklerini benimsemelerini sağlayan, yaşama biçimlerini şekillendiren bir olgudur. Her toplumun kendine özgü kültürleri vardır. Toplumlar zamana bağlı olarak değişim ve gelişim göstermekte olup toplumların kültürleri de bu değişime ayak uydurmaktadır. Turizmde kültür özellikle günümüzde oldukça önemli bir yere sahiptir. İnsanların farklı yer ve farklı kültür görme arzusu turizmi hareketlendirmekte, kültür açısından zengin ülkeler turizmin bu hareketliliğinden faydalanmaktadırlar.

1990lardan itibaren deniz kıyısında tatile odaklı kitle turizminden alternatif turizm türlerine geçiş Akdeniz çanağı'nda bulunan ülkelerin öncelikli politikaları haline gelmektedir (Poutet 1995,). Alternatif turizm arayışlarından turizm hareketlerinin deniz-kum-güneş odağından uzaklaştırılması, kıyı bölgelere aşırı yüklenmenin engellenmesi ve turizmin tüm bölgelere ve tüm aylara yayılması, turizmcilerin kültür turizmine önem vermelerine sebep olmuştur. Kültür turizmi aslında eski çağlardan beri var olup kitle turizminin yoğun olduğu dönemde ihmal edilmiş ve kitle turizmin gölgesinde kalmış, Kitle turizminin bitmek bilmeyen bir sektör haline gelişi insanları sıkımsı, eğitimin artması ile bilinçlenen toplum yeni yerler öğrenerek ufkunu genişletme isteği ile kültür turizmine yönelmişlerdir. Buna ek olarak küreselleşme ve rekabetin etkisi ile ülkeler kimliklerini tanımak, tanıtmak ve kendilerini Dünya'ya göstermek için kültür turizmini bir ihtiyaç olarak görmüştür.

Kültür turizmi tarihi güzellikleri ve yeni yapılaşma ile biçimlenen ülkelerin kimliklerini öğrenmek, yerel halkın yaşayışını izlemek, bölgenin yöresel özelliklerini (yemek, dans, el sanatları) tanımak gibi ifadelerle tanımlanabilir.

Son zamanlarda kullanılan mimari turizm kavramı da aslında kültür turizminin içinde tanımlanabilir. Mimari turizm yeni gelişen bir turizm çeşidi olup, mimari eserlerin görülmesi amacı ile yapılan seyahatleri kapsar. Mimari turizm için, 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. (Altın, M.)

Günümüzde turizmi hareketlendirmek amacı ile birçok amaca yönelik turizm türünü içeren karma seyahatler düzenlenmektedir. Tarihi ve kültürel değerlere sahip, aynı zamanda deniz ve güneşten yararlanılabilecek ülkeler turistler için oldukça cazip tatil yerleridir. Böylelikle turist hem kültürel gezisini yapıp hem de dinlenme ve eğlenme fırsatı bulabilecektir.

Kültür turizminin kitle turizminin gölgesinden kurtularak gelişmeye başlaması, kültürel açıdan oldukça zengin olan İstanbul için önemli bir fırsattır. İstanbul medeniyetlerin buluşma noktasıdır. (www.arkitera.com) Tarihi yapıları, farklı dinlere ait kutsal yapıları, müzeleri , iki kıtayı birleştiren stratejik konumu ve ülkenin en gelişmiş kentlerinden biri olması ile kültürel zenginliklerini sergileyebilme olanaklarına sahip olması İstanbul'un kültür turizminin odak noktası olmasına imkan vermiştir.

AB'nin İstanbul'u 2010 yılında Avrupa Kültür Başkenti ilan etmesi İstanbul'un sahip olduğu güzellikleri dünyaya tanıtmayı, Türkiye'nin uluslararası turizm sektöründe önemli bir yer teşkil etmesi açısından oldukça önemlidir. 2010 yılında İstanbul'un böylesine önemli bir fırsatı değerlendirebilmesi ülkeye ve kente büyük ölçüde fayda sağlayacaktır. İstanbul'un 10 milyon turisti ağırlayacağı 2010 yılı için çalışmalar başlamış, kentsel dönüşüm ve restorasyon projeleriyle kentin fiziki yapısının değiştirilmesi amaçlanmıştır. Böylece kentin yaşam kalitesi yükselecek, kentlinin yaşam imkanları artacaktır. Tarihi boyunca farklı kültürleri bir arada yaşatan İstanbul, sahip olduğu kültür mirasını tüm zenginliğiyle Avrupa'yla paylaşacaktır. Yapılan çalışmalarla kentin kültür altyapısı güçlenecek, yeni kültür mekanları kente kazandırılacaktır. Tüm bu hazırlıklarla kentlilik bilinci geliştirecek, İstanbullular da kentlerinin sahip olduğu değerleri keşfedeceklerdir. * (bu bölüm www.istanbul2010.org sitesinden faydalanılarak yazılmıştır)

2.4.3 İş-Kongre Turizminin İstanbul'daki Yeri

Gelişen teknolojinin etkisiyle uluslararası ticari ilişkiler artmış, iş imkanları çoğalmıştır. Hem uluslararası hem de ülkelerin kendi içlerinde iş amaçlı eğitimler ve konferanslar düzenlenmeye başlamış, iş sektöründe her fırsatın değerlendirilmesine gidilmiştir.

Toplantıların, bir iletişim, bilgi alışverişi, yönetim ve karar verme aracı olarak ortaya çıkış tarihinin insanlık tarihi kadar eski olduğu varsayılmaktadır. Öncelikle pek ender rastlanan

(özellikle uluslararası) toplantıların sayısında, ikinci dünya savaşından sonra büyük gelişmeler olmuştur. Söz konusu toplantıların sayılarında meydana gelen artışların ulaştığı boyut, kongreciliğin bir meslek haline gelmesine ve kongre olgusunun da bir turizm hareketliği olarak değerlendirilmesine neden olmuştur. (Teksay,1983,74)

Kongre turizmi; kişilerin daim konakladıkları veya çalıştıkları yerler dışında uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek kollarında , belirli bir konuda , bilgi alışverişi yapmak amacıyla bir araya gelmelerinden ortaya çıkan seyahat, konaklama olay ve ilişkilerinin tümüdür. (www.frmtr.com)

Kongre-iş turizmi sadece turizm endüstrisine değil, dünya ticaret sektörüne bağlı olarak gelişmektedir. Kongre-iş turizmi iki farklı seyahat amacı içermektedir. İş turizmi bireysel olarak iş seyahatine çıkanları ifade etmekte, kongre turizmi ise daha büyük çapta bir organizasyonu içeren kongrelere gitmek üzere yapılan seyahatleri ifade etmektedir. Ayrıca eğitim amaçlı yapılan seminer ve toplantılar hem eğitim turizmi olarak değerlendirmekte hem de iş-kongre turizmine girmekte, aynı şekilde sağlık seminerleri gibi faaliyetler de sağlık turizmi olarak değerlendirilirken aynı zamanda iş-kongre turizmi olarak da ifade edilmektedir.

Günümüzde kongre turizminin gelişmesi ve her geçen gün yaygınlaşması turizm işletmelerinin de bu turizm türüne yönelmelerine olanak sağlamıştır. Kongre turizmine hizmet vermeyi amaçlayan otellerde iş adamları için özel odalar ve toplantı salonları bulunmaktadır. İş sektöründe oldukça önemli yer tutan internet kullanımı zamanı değerlendirme adına iş adamları tarafından otellerde de aranılan bir hizmettir. Otellerin iş adamlarına yönelik tüm donanımlara sahip olması gerekmektedir.

Bir kentte kongre turizminin gelişmesi için, kentin özellikle ulaşım olanaklarının gelişmiş olması gerekmektedir. Zaman kavramının oldukça önemli olduğu iş sektöründe toplantı ya da kongrenin yapıldığı yere ulaşım rahat ve kolay olmalıdır. Özellikle uluslararası kongrelerde havaalanının olması ve kongre alanına yakınlığı oldukça önemlidir. Ayrıca iş sonrası dinlenme ve eğlenme ihtiyaçlarının karşılama amacıyla hem kongre-toplantı alanına hem de kent merkezine yakın otellerin bulunması o kentin tercih edilme oranını daha da arttıracaktır. Yeme-içme mekanlarının kalitesi, güvenlik, ulaşım gibi kriterler de otellerin kullanım oranlarını etkilemektedir.

Kongre turizminin gelişimi ile ilgili ICCA kriterlerine göre, dünyada uluslararası kongrelerin % 63'ü 50-500 kişi arasında değişmektedir. 2004 yılında kongrelerin yüzde 8.3'ü seyahat acentaları, yüzde 48.8'i oteller, yüzde 31.2'si ise profesyonel kongre organizatörleri (PCO) tarafından düzenlenmiştir. Kongrelerde en fazla tercih edilen mekanlar yüzde 44.1 ile kongre merkezleri, yüzde 35,6 ile toplantı salonlarına sahip oteller, yüzde 11.8 ile üniversiteler olmuştur. Kongrelerde, tıbbi kongreler yüzde 29.1 ile birinci sırada yer alırken, bilim 12.4 ile ikinci, teknoloji ise yüzde 9.5 ile üçüncü sırada yer almaktadır. (www.tursab.org.tr)

Kongre turizmine hizmet vermeyi amaçlayan otellerde, en önemli fonksiyonlar toplantı ve kongreler olmaktadır. Bu otelin, fuaye gibi bir dinlenme alanını ortaklaşa kullanan ve birbiri ile yakın ilişkili bir konumda tasarlanan birden fazla toplantı salonunu, büyük ve küçük balo salonlarını bünyesinde bulundurması uygundur.

İstanbul; Avrupa ve Asya'yı birleştiren gelişmiş bir kent olarak, toplantı ve kongrelere ev sahipliği yapabilecek, teknik olarak tüm donanımlara sahip bir turizm merkezidir. İstanbul'un kültür başkenti olmasının yanında kongre turizmini de yaşatabilir olması İstanbul' un marka haline gelmesine katkıda bulunmaktadır.

Kongre turizmi sadece kongre değil seminer, sempozyum, konferans gibi tüm toplantı çeşitlerini içeren organizasyonlara katılım amacı ile yapılan seyahatleri içerir.

Kongre turizminin yararları, yalnızca rakamsal verilerle sınırlandırılmaz. Kongre turizmi bir destinasyonu çok özel pazar segmentlerine tanıtmada başarılı bir rol oynamaktadır.. Ayrıca, bu turizm türünün uluslararası basındaki yankıları da oldukça etkili tanıtım biçimlerinden birisidir. Örneğin, son NATO Zirvesi, AGİT Zirvesi ya da Dünya Gazeteler Birliği WAN'ın toplantısı esnasında Türkiye'nin sağladığı reklam değeri yüz milyonlarca dolara karşılık gelmektedir. Bu tanıtım, dev kongreler, organizasyonlar, büyük tanıtım olanaklarını da beraberinde getirmektedir. Çünkü, bu tip toplantılar ülkeyi ve toplantının yapıldığı kenti dünyanın gündemine sokmaktadır, bu da sadece delegelerin yaptığı harcama miktarının çok ötesinde bir anlam taşımaktadır. (TÜRSAB Ar-Ge Departmanı, 2006)

Kongre turizmi sadece İstanbul için değil Türkiye'nin potansiyel tüm şehirleri için önemli bir değerdir. Bu noktada kongre turizminin kazanımlarını sıralamak gerekirse;

- Yüksek değerli toplam harcama
- Kişi başına yüksek harcama gücü (İstatistikler kongre ve toplantı amacı ile seyahat edenlerin tatil turizmi yapanlara oranla 4 misli fazla harcamada bulduklarını göstermektedir)
- Yerel-bölgesel iş imkanları, ticari gelişme
- Yerel -bölgesel sosyal ve ekonomik büyüme
- Yerel-bölgesel turizm ürünlerinin tanıtımı
- Yerel- ulusal ürün ve hizmetlerin tanıtımı
- Akademik, bilimsel gelişme, uluslararası iletişim ve bilgi ağı
- Bilgi ve uzmanlık transferi, alışverişi
- Eğitim, akreditasyon (Boyce, H. , 2008)

İstanbul'un 2010 Kültür Başkenti olması kongre turizminin de hareketlenmesine imkan sağlayacaktır. Bu amaçla sadece kültür turizmine yönelik çalışmalarla sınırlı kalmayıp, kongre turizmine yönelik çalışmalar da yapılmaktadır. Turizm işletmeleri toplantı salonlarının kapasitelerini arttırmakta, verdikleri hizmetleri iş adamlarının taleplerini dikkate alarak geliştirmektedirler. Örneğin, İstanbul'un turizm merkezi ilan edilmek üzere olan Talimhane Bölgesi'nin geçirdiği kentsel dönüşüm projesi ve kongre turizmine hizmet verecek otellerinin yenilenmesi ve artması ile 2010 yılı için hazırlıklarını hızla sürdürmektedir.

ICCA tarafından hazırlanan çalışmaya göre İstanbul toplantı sayısına göre 2004 yılında 37 kongre sayısı ile dünya şehirleri arasında 24. sırada bulunmaktadır. Bununla birlikte 2005-2016 yılları arasında yapılması planlanan kongrelerde 70 kongre sayısı ile Atina, Roma, Londra gibi şehirleri geride bırakarak 15. sıraya yükselmesi beklenmektedir. Yalnızca Avrupa kıtasına bakıldığında, İstanbul 19. sırada yer almaktadır. (TÜRSAB Ar-Ge Departmanı, 2006)

Tablo 10 Avrupa şehirleri kongre ziyaretçi sayıları karşılaştırılması, 2002 (TÜYED,2003)

Şehir	Kongre ziyaretçisi-2002
İstanbul	16,64
Barselona	84,51
Stockholm	53,489
Berlin	50,357
Paris	43,589
Viyana	42,231

Kongre turizminde son üç yıldır bir patlama yaşanmaktadır. Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nın 2004 yılında 10 uluslararası, 8 ulusal; 2005'te 15 uluslararası, 11 ulusal; 2006 yılında ise 28 uluslararası, 12 ulusal kongreye ev sahipliği yaptığını açıkladı. Rakamlardan anlaşılacağı üzere kentin kongre turizminde yüzde 100'lük bir artış yakaladığı görülmektedir. (Camaş,T.,2006 www.tuved.org.tr) Kongre vadisinde düzenlenen bu etkinlikler özellikle kongre turizm türüne hizmet veren Talimhane otellerini olumlu yönde etkilemektedir. Genellikle kongrelere gelen ziyaretçilerin büyük bir kısmı hem Kongre vadisine yürüme mesafesinde olması hem de kongre sonrasında kalan vakitlerini eğlenerek geçirecekleri en önemli eğlence merkezlerinden biri olan Taksim'de konumlanması sebebi ile Talimhane'de konaklama talebindedirler.

Tablo 11 Toplantı Sayısına Göre İlk 3 Şehirdeki ve İstanbul'daki Müstakil Kongre Merkezleri (www.tursab.org.tr)

Toplantı Sayısına Göre İlk 3 Şehirdeki ve İstanbul'daki Müstakil Kongre Merkezleri			
Sıra	Şehir	Kongre Merkezi Sayısı	Koltuk Kapasitesi
1	Barselona	3	19925
2	Singapur	2	15562
3	Viyana	5	16500
24	İstanbul	1	7500

İstanbul'un kongre turizmine yönelik başka bir değerlendirmede ise İstanbul'un yabancı ziyaretçi sayısının geçtiğimiz son 5 yıl içerisinde 2 katı artmış olduğu, 2008 yılında 7.049.234 kişiye ulaştığı belirtilmektedir. Handan Boyce bu gelişme ile ilgili şu yorumu yapmıştır: “Bu gelişmede İstanbul'un kongre ve toplantı turizminde geldiği noktanın ve kazandığı paralel ivmenin katkısı büyüktür. Bugün İstanbul, uluslararası toplantı ve kongre pazarındaki önemli destinasyonlar arasında yer almakta ve Barselona, Viyana, Paris, Roma, Hong Kong gibi önemli kongre şehirleri ile yarışmaktadır.” (Boyce, H., 2008)

Tablo 12 Toplantı Sayısına göre İlk 10 şehir ve Türkiye-İstanbul, 2004 (www.tursab.org.tr)

Toplantı Sayısına Göre İlk 10 Şehir ve İstanbul/2004		
Sıra	Şehir	Toplantı Sayısı
1	Barselona	107
2	Singapur	103
3	Viyana	103
4	Berlin	95
5	Hong Kong	87
6	Paris	84
7	Kopenhag	73
8	Lizbon	67
9	Budapeşte	66
10	Pekin	65
24	İstanbul	37

Toplantı Sayısına Göre İlk 10 Şehir ve Türkiye/2004		
Sıra	Şehir	Toplantı Sayısı
1	ABD	337
2	Almanya	288
3	İspanya	283
4	Fransa	228
5	İngiltere	217
6	İtalya	191
7	Hollanda	189
8	Avustralya	155
9	Japonya	136
10	Avusturya	133
33	Türkiye	55

2008 yılı değerlendirmelerine bakmak gerekirse; İstanbul, ICCA verilerine göre dünya kongre şehirleri sıralamasında on dokuzuncu, Avrupa'da ise on ikinci sırada yer almaktadır. Hatta katılımcı sayısına göre dünyada on ikinci sırada Avrupa'da onuncu sırada bulunmaktadır. (Bilgili, E., 2008)

Tablo 13 İstanbul ve bazı Avrupa şehirleri genel karşılaştırmalar (Bilgili, E., 2008)

Şehirler	Tanıtım Bütçesi (Euro)	Gelen Turist Sayısı	Turizm Geliri (Dolar)	Otel Sayısı	Kongre Sayısı	Müze Sayısı
İstanbul	650	2,7	2	300	23	30
Paris	120	45	17	1450	28	149
Londra	20	13	10	1200	18	200
Viyana	16	3,5	3	353	58	100
Barselona	10	3,5	2,5	215	79	54
Kopenhag	2	4,5	2	150	73	45

Bu veriler ICCA'nın 2004 yılında yapmış olduğu çalışma ile kıyaslandığında beklentilerin gerçekleştiği, İstanbul'un kongre turizminde her geçen yıl gelişim gösterdiği açıkça görülmektedir. Kongre turizmine yönelik yapılan tüm çalışmalar aynı ciddiyet içerisinde sürdürüldüğü takdirde İstanbul, dünya şehirleri arasında en önemli merkezlerden biri olma yolundadır.

Tablo 14 İstanbul'da Bulunan Kongre-Konferans Merkezleri
(<http://www.efct.com>)

Kongre/Konferans Merkezleri	Toplantı Salonu Sayısı	Toplam Kapasite*	En Büyük Salonun Maksimum Kapasitesi*	Fuar Alanı (m2)
Lütfi Kırdar Kongre & Sergi Sarayı	21	4900	1950	1500
TÜYAP	3	1600	1000	16000
Dünya Ticaret Merkezi	2	5000	-	52000
Atatürk Kültür Merkezi	4	1307	1062	-
Cemal Reşit Rey Konser Salonu	1	860	860	-
Abdi İpekçi Spor Salonu	1	10500	10500	-
Askeri Müze Kültür Merkezi	5	1257	513	2462
Musahipzade Celal Tiyatrosu	1	346	346	210
R.Nuri Güntekin Tiyatrosu	1	345	345	117
Acik Hava Tiyatrosu	1	4000	4000	-
Mushin Ertuğrul Tiyatrosu	1	550	550	259
Hilton Kongre Merkezi	2	4230	1640	-

2.4.4Diğer Turizm Türlerinin İstanbul'daki Yeri

Turizmi canlı tutabilmek için farklı arayışlara gidilmesi ile gelişen alternatif turizm türleri daha önce turizmin çeşitlenmesi başlıklı bölümde (Bölüm 2.3) aktarıldığı gibi kültür ve kongre turizmi başta olmak üzere termal turizm, yat turizmi, inanç turizmi, yayla turizmi, golf turizmi, av turizmi, deniz termal ve sağlıklı yaşam merkezleri turizmi, dağ ve kayak turizmi, karavan turizmi, göl şelale turizmi, macera turizmi, mağara turizmi, akarsu sporları, trekking, kuş gözetleme, yamaç paraşütü, triatlon, paraşütle atlama, dalış, bungee-jumping gibi spor turizmleri olarak sıralanabilmektedir. Tüm bu turizm türleri ülkelerin özelliklerine bağlı olarak gelişmektedir. Her turizm türü kendine özgü kriterler gerektirmekte olup her bölge her

turizm türünün gelişmesine olanak sağlamayabilir. Örneğin, kayak turizmi soğuk iklim geçiren dağlık bölgelerde gelişimini sürdürürken, yat turizmi kıyı bölgelerde sektörleşmiştir.

Kültür ve kongre turizmi kadar önemli gelir sağlayan alternatif turizm türlerinden eğlence-kumar turizmi, inanç turizmi ve spor turizmi de dünya sektöründe adını duyurmaktadır. Bu üç turizm türüne kısaca değinmek gerekirse;

Eğlence-kumar turizmi, özellikle büyük şehirlerin ev sahipliği yaptığı en çok gelir getiren turizm türlerindedir. Bireyler farklı amaçlarla geldikleri bölgede vakitlerinin geri kalan kısımlarını eğlenerek geçirme isteğinde olup eğlence turizmine katkıda bulunurlar.

İstanbul'da eğlence turizmini en çok yaşayan kentlerden biri olarak özellikle Taksim-Beyoğlu Bölgesi hem kentlilerin hem de turistlerin eğlence merkezidir. Kentlilerin yoğun günlük yaşamında gün bitimi rahatlama amacıyla eğlenmek istemesi ve İstanbul'a gelen turistlerin gelme amacı kültür, inanç veya iş amaçlı da olsa eğlenceye mutlaka vakit ayırmak istemeleri ile İstanbul'da gece eğlenme oranları oldukça yüksektir.

İnanç turizmi, dinlere göre kutsal kabul edilen yerleri ziyaret etmek amacıyla yapılan seyahatlerdir. İnsanların oldukça hassas olduğu bir konu olan inanç olgusu, turizm sektörü tarafından da değerlendirilerek ülkeye katkı sağlaması adına turizm türü olarak turizm endüstrisinde yerini almıştır.

İnanç turizmi İstanbul için ele alındığında, İstanbul'un Semavi dinlerin buluşma kenti olma özelliği, bu turizm türünü yaşama olanağını sağlamaktadır. İstanbul'da bulunan görülmeye değer bir çok kilise turistleri kültür amaçlı gezi kapsamına da katabileceğimiz inanç etkili geziler düzenlenmesine sebep olmuştur. Bunun yanında dini yapıların ayrı bir mimarisinin olması ve bu mimarilerin insanlarda merak uyandırması ile kendi ülkemizin dini yapılarının görülmeye değer olduğu da bir gerçektir.

Spor turizmi, insanların çeşitli spor etkinliklerine katılmak amacıyla yaptıkları seyahatlerle birlikte, uluslararası şampiyonalar, olimpiyatlar gibi spor aktivitelerine izleyici olarak katıldıkları seyahatleri de kapsamaktadır. Golf ve dağ-kayak turizmi gibi hobi amaçlı yapılan turizm türlerini de spor turizmine katmak mümkündür. Turizmin çeşitlenmesine ve turizmin mevsimlere yayılmasına katkıda bulunan spor turizmi, özellikle uluslar arası karşılaşmaların olduğu dönemlerde ciddi anlamda ekonomik gelir sağlamaktadır.

Dünyanın önde gelen turizm ve spor örgütleri dünya turizm gelirinin yüzde 32'sinin spor turizminden kaynaklandığı görüşünde uzlaşmaktadırlar. (www.tursab.org.tr)

Günümüzde İstanbul için önem kazanmaya başlamış hatta oldukça gelişmiş olan bir başka turizm türü ise kruvaziyer turizmdir. “Kruvaziyer; konukların, belli bir rotada işlemekten ziyade değişik destinasyonları ziyaret etmek üzere, temel amacı normal olarak taşıma değil, misafirleri ağırlamak olan bir gemiye, boş zamanlarını değerlendirmek için, bir ücret ödeyerek binmek suretiyle yapılan seyahattir(www.kalkinma.org)

Kruvaziyer turizmi tanımını yapmak gerekirse; “konukların, temel amacı yolcu taşımacılığı olan bir gemiye, para ödemek suretiyle bindikleri, denize dayalı bir seyahat” olarak tanımlanabilir.(Wild&Dearing: 2000,s.319).

Kruvaziyer turizmde liman ziyaretleri, limana yakın yerlerde ziyaret ve alışverişlerden oluşan aktiviteler vardır. Kruvaziyer gemilerin uğradığı limanlar ve bu limanlarda, kruvaziyer turistlere sunulan turistik hizmetler, ev sahibi ülkelerin ağırlıklı yatırım yaptıkları alanları oluşturmaktadır.

Önceleri sadece sinema filmlerinde gördüğümüz lüks yolcu gemileri tüm dünyada sektörde yaşanan hızlı büyümeye paralel, son yıllarda bizlerin hayatına girmiştir. İstanbullular ile Karaköy Limanında kendini gösteren bu yüzen şehirler birçokları için hala ulaşılamaz gibi görünse de özellikle son dört yıldır İstanbul'a yapılan düzenli seferler ve yine İstanbul'dan gemilere katılım imkanı sayesinde tatil için bu lüks gemileri seçen yolcu sayısında, ülke nüfusu ile kıyaslandığında hala çok az olmasına rağmen- ciddi artışlar yaşanmıştır. 2005 yılında başlayan ve haftalık düzenli seferleri sayesinde bu tarihten itibaren İstanbul'dan katılım imkanı sunan MSC Cruises'in * Ege&Adriatik turu en popüler olanıdır. Tatilin Salı Pazarı limanından, evden ayrıldıktan kısa bir süre sonra, başlıyor olması bu turun seçilmesinde en önemli sebep olmuştur. (Tuncer,N. ,2008)

*Denizcilikte uzun bir geçmişi sahip Mediterranean Shipping Company (MSC), kruvaziyer turizmde 1988 yılından beri faaliyet göstermektedir. İtalya'nın en büyük özel kruvaziyer şirketi MSC Cruises, 2005 yılında turizm faaliyetlerine Türkiye'de başlama kararı alarak

acente hizmetlerini yürütmek için Arkas ortaklığı ile MSC Kruvaziyer Turizm'i kurmuştur. (www.msccruisesturkey.com)

2.5 İstanbul'da Turizm Bölgeleri

2.5.1 Kültür ve Turizm Koruma ve gelişim Bölgeleri ile Turizm Merkezlerinin İlanı

Her ülkede, her şehirde (kentte) çeşitlilik gösteren turizm, bir şehrin içindeki bölgelerde de çeşitlilik göstermektedir. Turizmin yayılması, bölgelere ayrılması ve turizmin o bölgedeki türü, bölgelerin kimliğine, yapısına ve niteliklerine bağlı olarak gelişir. Turizmin yaşayabileceği bu nitelikli bölgelerin turizm merkezi seçilmesi Turizm Bakanlığı tarafından belirlenmektedir. Kültür ve Turizm Koruma ve gelişim Bölgeleri ile Turizm Merkezlerinin İlanı aşağıdaki maddeler doğrultusunda gerçekleşmektedir.

- 1) Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ve Turizm Merkezleri (Tanımlar için bakınız, 4957/2634 sayılı turizmi teşvik kanunu, madde 3) “Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ile Turizm Merkezlerinin Belirlenmesine ve İlanına İlişkin Yönetmelik” doğrultusunda Bakanlığımızın teklifi ve Bakanlar Kurulu Kararı ile ilan edilmektedir.
- 2) Bakanlığımız (Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü), Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi (KTKGB) ve/veya Turizm Merkezi (TM) ilan edilecek bölgelerin tespitinin yapılması konusunda yetkilidir. Bu çerçevede Bakanlığımız uzmanları tarafından Ülke çapında dönem dönem yapılan inceleme ve değerlendirmeler sonucunda KTKGB ve/veya TM ilan edilebilecek potansiyele sahip yöreler tespit edilmektedir. KTKGB ve/veya TM seçiminde, organize turizm faaliyetlerinin geliştirilebileceği geniş alanlar tercih edilmekte, oluşacak artı değer, mülkiyet, altyapı ve çevre etkisi üzerinde önemle durulmaktadır. Bakanlığımız tespitlerinden başka ayrıca yerel yönetimler veya turizm sektöründe faaliyet gösteren firmalar tarafından, potansiyel arz eden alanlar Bakanlığımıza KTKGB ve/veya TM ilan edilmesi için önerilebilir.

KTKGB ve/veya TM ilan edilen/edilecek yerlerde, yatak kapasitesi yaratmak ve mevcut kapasiteyi artırmak, mekân kalitesini iyileştirmek hedeflerinin yanı sıra turizmin aynı zamanda bir seyahat planlaması, turizm hareketlerinin ve yatırımlarının (konaklama, kamping, kaplıca, kayak merkezi v.b.) planlama ve tahsis yetkisi ile yönlendirilmesi olgusu olduğundan hareket eden Bakanlığımız, bu amaçla gelen teklifler için hazırlanacak raporlara

dair bir çerçeve belirlemiştir. Teklif edilen bir KTKGB ve/veya TM'nin değerlendirilebilmesi için;

a-Teklif alanın yerinin, konumunun ve sınırlarının 1/25.000 ölçekli harita üzerine işaretlenmesi,

b-Söz konusu turizm merkezi sınırlar içerisine giren belediyelerin isimlerinin, belediye ve mücavir alan sınırlarının ve Valilik denetim ve yetki alanı sınırlarının işaretlenmesi,

c-Teklif alan içinde bulunan hazine, orman, belediye, il özel idaresine ait mülkiyetlerin hektar olarak belirtilmesi ve harita üzerinde konumlarının işaretlenmesi,

d-Varsa onanlı imar planlarının imzalı ve mühürlü kopyalarının gönderilmesi ile,

e-Yerin ulaşım imkanlarının,

f-Teklif sınırlar içerisinde yer alan doğal, tarihi, kültürel ve arkeolojik değerlerin ve yerin turizm potansiyelinin,

g-Teklif alanı ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayısı ve profilinin,

h-Teklif alanın yakın ve uzak (saatlik, günlük) mesafesinde bulunan turizm kaynaklarının,

i-İçme ve kullanma suyu, kanalizasyon, sosyal (hastane, okul v.s.) ve teknik altyapıya ilişkin durumun,

j-Düşünülen turizm aktivitelerinin ve turizm türlerinin, belirtildiği bir raporun, hazırlanması gerekmektedir. Teklifin bu çerçevede hazırlanarak ve teklif alana ait görüntüleri içeren CD, fotoğraf albümü gibi görsel malzemelerin de eklenmek suretiyle gönderilmesi halinde teklif Bakanlığımız uzmanlarınca değerlendirmeye alınabilir.

3) Bakanlık İçi Komisyon; Bakanlık Müsteşar Yardımcısının başkanlığında I. Hukuk Müşaviri, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürü, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürü ile Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğünün ilgili genel müdür yardımcısı ve daire başkanından oluşur. Komisyonun sekreteryaya hizmetleri, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğünce yürütülür.

Bakanlık İçi Komisyon; ilan edilmesi öngörülen Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ve Turizm Merkezlerinin mevki ve sınırlarını belirlemekle görevlidir.

Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ve Turizm Merkezleri; ülkenin doğal, tarihi, arkeolojik ve sosyo-kültürel turizm değerleri ile deniz, kış, dağ, yayla, sağlık, termal, kültür, spor, av, doğa turizmi ile mevcut diğer turizm imkânları göz önünde bulundurularak belirlenir. Bakanlık Makamının onayı ile kesinleşen öneriler, Bakanlıkça Bakanlıklararası Komisyona götürülür. (Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ile Turizm Merkezlerinin Belirlenmesine ve İlanına İlişkin Yönetmelik"-madde-4)

Fotoğraf, video kaydı ve benzerleri görsel malzeme ile desteklenen ve mahallinde yapılan alan araştırmasına dayanan, bölgenin konumunu, mülkiyet durumunu, fiziksel ve doğal özelliklerini, teknik ve sosyal altyapısını, sosyal, kültürel ve ekonomik özelliklerini, arazi kullanım ve ulaşım sistemleri ile doğal ve çevresel verilerini içeren gerekçeli raporlar Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğünce hazırlanarak Bakanlık İçi Komisyona sunulur. (Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ile Turizm Merkezlerinin Belirlenmesine ve İlanına İlişkin Yönetmelik"-madde-5)

4) Bakanlıklararası Komisyon; Bakanlık Müsteşarının başkanlığında, Genelkurmay Başkanlığı, Maliye Bakanlığı, Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı; Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Çevre ve Orman Bakanlığı ile Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı temsilcilerinden oluşur. Bakanlık, gerekli görmesi halinde komisyona diğer bakanlıklar ile kamu kurum ve kuruluşlarından da temsilci çağırabilir.

Komisyon, Bakanlıkça belirlenen tarihlerde toplanır ve Bakanlıkça öngörüleni Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ve Turizm Merkezlerinin mevki ve sınırlarına ilişkin önerileri inceler ve istişari nitelikte olan görüşünü bu toplantılar sonucunda birer tutanakla belirler. (Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ile Turizm Merkezlerinin Belirlenmesine ve İlanına İlişkin Yönetmelik"-madde-6)

Bakanlıkça ilan edilmesi öngörülen Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ve Turizm Merkezlerinin mevki ve sınırlarını gösteren haritalar ile bu yerlere ilişkin 5 inci madde kapsamında hazırlanan açıklama raporlarını içeren bilgi ve belgeler, Bakanlıklararası Komisyonun toplantı tarihinden en az bir ay önce Komisyon üyesi kuruluşlara iletilir ve toplantının tarihi bildirilir. (Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ile Turizm Merkezlerinin Belirlenmesine ve İlanına İlişkin Yönetmelik"-madde-7)

5) Bakanlıklararası Komisyonun görüşlerini içeren tutanak ile birlikte mevki ve sınırları haritalar üzerinde belirlenen Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ve Turizm Merkezleri ilanına ilişkin öneri, Bakanlar Kurulunun onayına sunulmak üzere Bakanlıkça Başbakanlığa gönderilir.

Bakanlar Kurulunca tespit edilen Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ve Turizm Merkezleri, Resmi Gazetede yayımlanmak suretiyle ilan olunur. (Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ile Turizm Merkezlerinin Belirlenmesine ve İlanına İlişkin Yönetmelik"-madde-8)

6) Bakanlar Kurulunca tespit edilip Resmi Gazetede yayımlanmak suretiyle ilan olunan Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ve/veya Turizm Merkezi kapsamında planlama faaliyetleri başlatılır. (www.kultur.gov.tr)

2.5.2 İstanbul'da İlan Edilen Turizm Bölgeleri

Turizm İstanbul'un gelirlerini önemli derecede etkileyen, İstanbul'un tanıtımının en iyi şekilde yapılmasını sağlayan ve uluslararası gelişim gösteren bir sektör olması ile sadece İstanbul'u değil, tüm ülkeyi etkileyen bir olgudur.

İki kıtayı birleştiren İstanbul, oldukça büyük bir anakara olup hem Asya hem de Avrupa tarafında Turizm Bakanlığı tarafından belirlenmiş, nitelikli turizm bölgelerine ayrılmıştır.

Bunlar:

1. Sultanahmet Meydanı TM (1.Grup)
2. Çırağan Sarayı TM (1.Grup)
3. İstanbul Park Otel TM (2.Grup)
4. Taşkışla TM (2.Grup)
5. Boğaziçi Okullar Bölgesi TM (4.Grup)
6. Baltalimanı TM (4.Grup)
7. Beykoz Hünkar Kasrı TM (4.Grup)
8. İstinye TM (4.Grup)
9. İstinye Koyu TM (4.Grup)
10. Akaretler TM Tevsii (9. Grup)
11. Ataköy TM Tevsii (9. Grup)
12. Taşkışla II No'lu TM (6. Grup)
13. Yeşilyurt TM (6. Grup)
14. Barbaros Evleri TM (8. Grup)
15. Galata Kulesi ve Çevresi TM (9. Grup)
16. Sarıyer İstinye TM (9. Grup)
17. Süleymaniye TM (13. Grup)
18. Beyoğlu Tophane Salıpazarı TM (17. Grup)
19. Beşiktaş Atik Alipaşa Yalısı TM (20. Grup)
20. Şişli Bomonti TM (20. Grup)
21. Tuzla Akfırat Tepeören TM (22. Grup)

Tablo 15 İstanbul İlindeki Tesislere Geliş Sayıları (Turizm Bakanlığı İstatistikleri, 2007)

10 - TESİSLERE GELİŞ SAYISI, GECELEME, ORTALAMA KALIŞ SÜRESİ VE DOLULUK ORANLARININ İL VE İLÇELERE GÖRE DAĞILIMI (2007)
Distribution of Number of Arrivals and Nights Spent, Average length of Stay and Occupancy Rate in Establishments by Provinces and Districts

İLLER Provinces	TESİSE GİRİŞ SAYISI Number of Arrivals			GECELEME Nights Spent			ORTALAMA KALIŞ SÜRESİ Average Length of Stay			DOLULUK ORANI(%) Occupancy Rate		
	YABANCI	YERLİ	TOPLAM	YABANCI	YERLİ	TOPLAM	YABANCI	YERLİ	TOPLAM	YABANCI	YERLİ	TOPLAM
	Foreigner	Citizen	Total	Foreigner	Citizen	Total	Foreigner	Citizen	Total	Foreigner	Citizen	Total
İSTANBUL												
Adalar	1 422	3 871	5 293	4 981	21 725	26 706	3,5	5,6	5,0	6,61	28,83	35,44
Bakırköy	245 285	149 598	394 883	408 310	226 168	634 478	1,7	1,5	1,6	34,57	19,15	53,72
Bayrampaşa	3 358	9 088	12 446	5 068	12 703	17 771	1,5	1,4	1,4	10,36	25,97	36,33
Beşiktaş	296 759	190 043	486 802	652 298	319 810	972 108	2,2	1,7	2,0	28,61	14,03	42,63
Beykoz	2 065	6 136	8 201	5 215	8 705	13 920	2,5	1,4	1,7	9,46	15,79	25,26
Beyoğlu	777 230	356 334	1 133 564	1 686 251	623 710	2 309 961	2,2	1,8	2,0	39,54	14,63	54,17
Eminönü	1 096 011	156 401	1 252 412	2 744 544	274 362	3 018 906	2,5	1,8	2,4	46,05	4,60	50,65
Eyüp	1 009	2 524	3 533	5 837	21 108	26 945	5,8	8,4	7,6	14,28	51,63	65,91
Fatih	272 449	193 605	466 054	622 902	337 081	959 983	2,3	1,7	2,1	30,36	16,43	46,79
Kadıköy	68 103	58 331	126 434	152 209	98 698	250 907	2,2	1,7	2,0	29,39	19,06	48,44
Kağıthane	22 880	12 804	35 684	66 530	18 602	85 132	2,9	1,5	2,4	34,72	9,71	44,43
Kartal	2 459	9 097	11 556	4 288	14 116	18 404	1,7	1,6	1,6	5,65	18,59	24,24
Pendik	8 039	23 016	31 055	13 153	25 977	39 130	1,6	1,1	1,3	10,92	21,57	32,49
Sarıyer	4 480	16 040	20 520	10 037	21 448	31 485	2,2	1,3	1,5	9,14	19,52	28,66
Şişli	296 625	166 058	462 683	590 209	270 741	860 950	2,0	1,6	1,9	33,88	15,54	49,42
Ümraniye	722	2 668	3 390	2 025	3 560	5 585	2,8	1,3	1,6	9,25	16,26	25,50
Üsküdar	5 866	28 051	33 917	16 573	37 130	53 703	2,8	1,3	1,6	13,20	29,57	42,77
Zeytinburnu	4 059	19 221	23 280	13 610	25 595	39 205	3,4	1,3	1,7	8,84	16,62	25,45
Büyükçekmece	18 367	74 579	92 946	41 776	135 005	176 781	2,3	1,8	1,9	6,56	21,19	27,75
Çatalca	12 204	25 470	37 674	30 179	61 849	92 028	2,5	2,4	2,4	10,30	21,10	31,40
Silivri	16 867	33 363	50 230	47 488	70 268	117 756	2,8	2,1	2,3	10,19	15,08	25,26
Şile	3 272	32 029	35 301	8 003	49 477	57 480	2,4	1,5	1,6	4,59	28,36	32,95
Bahçelievler	14 589	26 786	41 375	26 856	41 845	68 701	1,8	1,6	1,7	34,38	53,57	87,95
Güngören	21 646	6 662	28 308	45 610	11 226	56 836	2,1	1,7	2,0	43,39	10,68	54,07
Maltepe	5 545	14 071	19 616	13 415	30 780	44 195	2,4	2,2	2,3	12,85	29,48	42,33
Tuzla	534	2 382	2 916	1 159	3 978	5 137	2,2	1,7	1,8	7,38	25,35	32,73
Toplam	3 201 845	1 618 228	4 820 073	7 218 526	2 765 667	9 984 193	2,3	1,7	2,1	34,55	13,24	47,79

Çalışma alanı olarak seçilen Talimhane Bölgesi özellikle kongre turizminin etkisi ve geçirdiği kentsel dönüşüm ile turizm merkezi ilan edilmek üzeredir. Turizm Bakanlığı'nın üzerinde en yoğun çalıştığı projelerden biri olan Talimhane Bölgesi turizm merkezi ilan edilmesi ile kendini daha da geliştirerek İstanbul için Sultanahmet kadar önemli bir konuma gelecektir.

3. İSTANBUL VE OTELLER

Tarihi çok uzun yıllara dayanan İstanbul, ülke içinde konaklamanın en hızlı geliştiği şehirlerden biridir. Hatta ilk zincir otellerden Hilton ilk olarak İstanbul'da açılmış olup konaklama tarihinde önemli bir adım atılmasını sağlamıştır.

Ülke nüfusunun % 18'ini barındıran İstanbul, toplam verginin % 40'ını, turizm gelirinin ise yaklaşık % 35'ini ülke ekonomisine kazandırmaktadır. Aldığı turist sayısı bakımından, 2002 ile 2008 yılları arasında % 350 büyüme gösteren kentimiz, geçtiğimiz yıl, Londra ve Paris'ten sonra, Avrupa'nın en çok ziyaret edilen 3. büyük şehri olmuştur. (Bayındır,T., 2008)

Turizm sektörünün ülke ekonomisindeki yeri düşünüldüğünde, gelen turist sayısına paralel olarak turizm gelirlerinin de artması ülke açısından önem taşımaktadır. Ancak ekonomik girdilerin yanı sıra turizmin sürdürülebilirliği de İstanbul'un hedefleri arasındadır. Sürdürülebilirlik ise sadece şehrin mevcut değerleri ile değil, şehrin hizmet anlayışına bağlı olarak sağlanabilmektedir. Bu açıdan turizm sektöründe önemli yer tutan konaklama yapılarının, İstanbul açısından bakıldığında, İstanbul otellerinin konumu, kalitesi ve güvenilirliği turistlerin tercihlerini etkilemektedir. Özellikle kentin içindeki değerleri görmeye gelen turistlere kent otelleri daha cazip gelmektedir. Kentin merkezinde olup ulaşım kolaylığının olması, kentli ile aynı mekanları yaşamak, güvenilir olması gibi avantajları olan kent otelleri, fırsatların farkında olup, bu fırsatları değerlendirme adına çaba göstermektedir.

Sahip olduğu değerleri ve aktifliğini hiçbir zaman kaybetmeyen İstanbul, 3 büyük imparatorluğa başkentlik yapan, içinden deniz geçen, iki kıtayı birleştiren ve bu özellikleri ile turizm açısından oldukça ilgi gören bir şehirdir. Ünlü Fransız General Napolyon ' Eğer, dünya tek bir ülke olsaydı, İstanbul başkent olurdu' sözüyle İstanbul'un sadece Türkiye'de değil, dünya şehirleri arasında ilklerde olması gerektiğini vurgulamıştır.

3.1 Otel Tanımı ve Otellerin Sınıflandırması

Otel terimi geniş anlamı ile tüm konaklama tesislerini ifade etmektedir. Kökeni, Fransızcadaki "Hotel" sözcüğüne dayanmakta ve transit yolcular için kısa veya bazen daha uzun süreli

konaklama imkânı sağlayan, genellikle toplantı odaları, lokanta, eğlence ve spor tesislerine sahip yapı veya kuruluş olarak tanımlanmaktadır (New Webster's Dictionary, 1981).

1983 yılında çıkartılan 2634 sayılı turizm kanununun 67. maddesine göre ise oteller, temel işlevleri müşterilerinin geceleme ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında yeme-içme ve eğlence gereksinimleri için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen, en az 20 odalı tesislerdir. (12.3.1982 tarihli 2634 sayılı Turizm Tesvik Kanunu)

Barınmadan yaşamaya geniş açıdan bakıldığında günümüz otelleri özellikle **büyük kent otelleri** her tür gereksinimi ve toplulukları bünyesinde barındırarak oturma, dinlenme, geceleme, satış, çalışma, eğlenme, konuk kabulü, iletişim, tanıtım gibi pek çok kavram ile yapılaşmayı gerektirmektedir. Bu nedenle de oteller, sosyal kültürel, ekonomik, teknolojik, gelişmelerin bağlantısında iletişim, tanıtım, turizm değerlerinin yansıtılacağı en önemli hizmet sektörü yapıları olarak değerlendirilmelidir. (Unansal,N.,1995)

Otelin sürekli yaşamın sürdürüldüğü konut yapısından farkı, en küçük sosyal grup olan ailenin kullanım alanlarından, çok farklı çevrelerden gelen ve değişik alışkanlıklara sahip kültür gruplarının ortak gereksinimlerine yanıt verecek yapılar olmasıdır, genellikle sürekli değil geçici kullanım amacı taşıyan oteller, sosyal, kültürel ve turistik amaçları ile de ekonomik, ticaret, işletme gibi kavramları içerme açısından insana özel bir yaklaşım içerir. (Yolcu, E., 2006)

Oteller genellikle olanak ve hizmet açısından geniş bir yelpazeye sahip olan geniş mekanlardır. Otel mekanlarını genel ve özel mekanlar olarak ayırmak mümkündür. Özel mekanlar yatak katlarının bulunduğu bölümler olup, genel mekanlardan ayrı düşünülmektedir. Genel mekanlar ise lobi, restaurantlar, balo salonları gibi çok amaçlı kullanılan sosyal mekanlardır.

Oteller gelişmeye başladıkça ve otellerin kalite ve hizmet anlayışları değişim göstermeye başlamıştır.

Çeşitliliğin oluşmaya başlaması ile otellerde bir takım sınıflandırmalara gidilmiştir. Bu sınıflandırma dört gruba ayrılmıştır;

1. Nitelik Sınıflandırmasına Göre Otel Mekânları

- Bir Yıldızlı Oteller
- İki Yıldızlı Oteller
- Üç Yıldızlı Oteller
- Dört Yıldızlı Oteller
- Beş Yıldızlı Oteller
- Özel Nitelikli / Butik Oteller

2. Kullanım Amacı Sınıflandırmasına Göre Otel Mekânları

- Dinlenme Otelleri
- Toplantı, Kongre Otelleri
- Casino Oteller
- Spa Otelleri
- Diğer Oteller

3. Oluşum Sınıflandırmasına Göre Otel Mekânları

- Suit Oteller
- Restore edilmiş Oteller
- Residence Oteller
- Süper Lüks Oteller

4. Yerleşim Sınıflandırmasına Göre Otel Mekânları

- Şehir içi Oteller (Kent Otelleri)
- Şehir Çevresindeki Oteller
- Banliyo Oteller
- Resort Oteller

3.2 İstanbul'da Otelciliğin Gelişimi

Beyoğlu otellerinin tarihi İstanbul'un, hatta Türkiye'nin otelcilik ve turizm tarihi olarak düşünülebilir. Türkiye'de otelcilik ve turizm adına yapılmış çalışmaların ilkleri İstanbul'un Beyoğlu semtindedir.

19 yy. ortalarına kadar bütün doğuda bugünkü anlamda otel bulunmamaktadır. Parasız yatılan, hatta yolcuya bir çorba ile atına arpa ücretsiz verilen, hayır tesisleri olan kervansaraylar bulunmaktadır. Ekonomik ve politik şartlar değişmeye yüz tutunca, 1840'lı

yıllardan sonra, yeni azınlıklara ve yabancılara güvenceler getiren Tanzimat ve Islahat Fermanlarını izleyerek ilk oteller açılmaya başlamıştır. (Çiftçi,H.)

İstanbul'un ilk otellerini yabancılar ve azınlıklar açmıştır. Otellerin şehri yabancıların oturdukları frenk şehri olan Beyoğlu'ndadır. Buna dayanarak Beyoğlu'nda açılan ilk otellerin tarihini, Türkiye'de turizmin tarihi ile eşleştirmek mümkündür.

“İstanbul'un geleneksel konaklama tesislerinden ve alışkanlıklarından farklı, bugünün otellerinin başlangıcı sayılabilecek ilk otel, Beyoğlu'nda o zaman 'Grand Rue de Pera' denen İstiklal Caddesi'nde 463 no'da şimdiki Kumbaracı Yokuşu başında 1841'de açılmış olan Hotel d'Angleterre'dir.” (Zat,V. ,sf 18)

Yine Beyoğlu'nda belki Hotel d'Angleterre ile eşzamanlı, belki de ondan daha kısa bir süre önce (1840) Galata Kulesi civarında Hotel des Quatre Nations bulunmaktadır. Hakkında fazlaca bilgi bulunmayan bu konaklama tesisinin büyük bir pansiyon olduğu da düşünülmektedir. (Zat,V. ,sf 18)

19. yy. ortalarında Osmanlı İmparatorluğu'nu etkisi altına alan batı kapitalizminin ihtiyacı olarak Beyoğlu'nda başlatılan frenk otelciliği devri, Cumhuriyetle beraber kapanmış, üstelik ülke savaş ekonomisinin yokluk havasına girmiş ve tam çıkamamış, öbür yandan da İkinci Dünya Savaşı sonrasında getirdiği, özel sektör eliyle kalkınma modelinin yeni ürünleri de henüz ortaya çıkmamıştır. 1940-1950'li yılların otelciliği, İstanbul'un ve Türkiye'nin, turizmde ve otelcilikte, en sönük, durgun ve zayıf dönemi olarak kabul edilebilmektedir. (Çiftçi,H.)

1930-1950'lerde Beyoğlu, İstiklal Caddesi'ne Beyaz Ruslar gelmektedir. Beyoğlu, Avrupa eğitilmiş entelektüel kesimin mekanı haline gelmekte, sinemalar altın çağını yaşamaktadır. Hatta Türk Sineması ilk Beyoğlu'nda göstermektedir. Latin harflerinin kabul edilmesinin ardından sokak adları değiştirilip, sınırlı kentsel düzenlemeler yapılmaktadır. Bunların arasında Taksim Meydanı, Taksim Gezisi, Galatasaray Meydanı, vb. düzenlemeler hem Beyoğlu hem de İstanbul için günümüz de dahil olmak üzere tüm tarih boyunca oldukça önem taşımaktadır (www.arkitera.com) Bu yıllarda yavaş yavaş başlayan çalışmalarla İstanbul dünya ülkelerinde sesini duyurmaya başlamış ve yabancıların ilgisini çekmiştir. Gelen yabancı konuklara yönelik konaklama yapılarının ihtiyacı günümüz anlamıyla otellerin gelişimine katkı sağlamıştır.

1849 yılında, Grand Rue de Pera üzerinde Grand Hotel d'Orient açılmış, aynı yıl Tepebaşı tarafına doğru Hotel de Bysance, Rus Sefareti'nin karşısında ise, Hotel de Pera kurulmuştur. (Zat,V. ,sf 20) Grand Hotel d'Orient 1862 yılında Tepebaşı'nda İngiliz Elçiliği'nin yanına taşınmış, ancak 1870 Pera yangınında, İngiliz Elçiliği'nin çalışılmaz hale gelmesinden sonra, aynı yıl mobilyalı olarak, İngiliz Elçisi Henry Elliot'a kiralanmıştır. (Akın,1998 Sayfa 250) 1850'lerden sonra Beyoğlu'nda Grand Rue de Pera üzerinde ve Tepebaşı'nda, 'Petits Champs des Morts' adı verilen mezarlık tarafında yeni otellerin açılışı birbirini izler. (Zat,V. ,sf 20) 1851 yılında Madam Proust yönetiminde Hotel de France açılmıştır. Gazetelerde verilen ilanlar, 1855'lerden itibaren gerçek anlamda Avrupa düzeyindeki otellerin yaygınlaştığını göstermektedir. 25 Ocak 1955 tarihli Journal de Constantinople adlı gazetede, Ambassadeurs Oteli'nin görkemli bir akşam yemeği ile açıldığı bildirilmektedir. (Akın,1998 Sayfa 248) 1860'ta Asmalı Mescit civarında köşede Hotel Restaurant des Colonies, bugünkü Avrupa Pasajı'nın bulunduğu yerde Hotel Restaurant du Palais des Fleurs, şimdiki Kallavi Sokağı'nda Hotel de Greece, Tepebaşı'nda Hotel d'Europe, 1862'de Hotel de Paris ve 1864 yılında Piremeci Sokağı'nda Hotel de Vienne birer birer İstanbul'luların ve kentimize gelen yabancı konukların hizmetine kapılarını açtı.

(Zat,V. ,sf 20)

1950'lerde İstanbul gün geçtikçe etkileyici bir kent olmaya başlamakta, özellikle ülkeye dışarıdan gelen konuklar tarafından çok fazla ilgi görmektedir. Fakat şehirde kalabilecek yer olarak yalnızca Victoria stili oteller bulunmaktadır ve bu otellerin kapasitesi oldukça yetersizdir. (Zat,V. ,sf 13) 1955 yılında açılan Hilton oteli İstanbul'da otelciliğinin gelişmesinde oldukça fayda sağlamış, modern otelciliğin öncüsü olmuştur.

3.3 İstanbul'daki Otel Tipleri

İstanbul tarihi güzellikleri, kültür, eğlence, alışveriş, kongre, iş, inanç, sağlık ve kruvaziyer gibi çeşitli turizm potansiyelleri ile her kesime hitap eden bir kenttir.

Potansiyel açıdan bakıldığı zaman kent, kullanıcı kesimin gücünü ifade eden bir sembol niteliğini taşımakta ve bu sembol, prestijini kentin silüeti ile doğal ve yapay bitişlerinden almaktadır (Lynch, 1989). Bu anlamda Türkiye'nin prestijinin artması ve adının duyulması

için İstanbul en önemli olanaklardandır. İstanbul kentini dünyaya tanıtmaya olanağı da en iyi turizm faktörü ile gerçekleşebilmektedir. Turizmin uluslararası iletişimi sağlaması, her ülke ve her kesimden İstanbul'a gelen turistlere ayrıcalıklar ve olanaklar sunması, ülkenin tanıtımı için önem arz etmektedir.

“İstanbul için temel hedef, tarihi, kültürel, doğal öz değerlerine sahip çıkılarak bir dünya kenti statüsü kazandırılmak, ülke ve bölge kalkınması ile uyumlu büyümeyi ve gelişmeyi sağlamak, dünyadaki ekonomik gelişme sürecinde dünya metropoller kademelenmesi içinde yer almaktır. İstanbul'un bir dünya kenti olabilmesi için ticaret ve turizm özelliklerinin ön plana çıkarılması ve bu amaca yönelik hizmet sektörünü geliştirici planlama stratejileri belirlenmelidir.” (Kerimoğlu,E.,2004)

Turizm sektörünün gelişmesi, turizm yapıları ve turizmi destekleyen ticaret sektörleri ile sağlanır. Turizmde kullanıcı memnuniyetini uzun vadede sağlaması gereken tek birim, turizm yapılarıdır. Turizmi destekleyen ticaret sektöründe, örneğin; yeme-içme yerleri yaklaşık 1-2, eğlence yerleri ise bir gece belli bir saate kadar hizmet vermektedir. Fakat turizm yapısı olarak nitelendirdiğimiz oteller, kullanıcının programına bağlı olarak bir gün, beş gün ya da bir hafta gibi uzun bir zaman dilimi hizmet vermektedir. Ayrıca şehre gelen yerli ve yabancı turistlerin, İstanbul'un değer ve ayrıcalıklarından faydalanırken İstanbul otellerinden beklentilerinin yüksek olması normaldir. Buna dayanarak otellerin kullanıcı memnuniyetini sağlamaları ve kendilerini bu hizmete yönelik geliştirmeleri önemli bir unsurdur.

İstanbul gibi büyük ve birçok sektörde geniş yelpazesi olan bir kente kısa süreli gelmek, zamanı iyi kullanmayı gerektirmektedir. Bir yerden bir yere gitme kolaylığı, iş, eğlence, kültür ve sağlık gibi turizm türlerini içinde barındıran şehir turizmine yönelik kullanım kolaylığı sağlanması zamanı kullanma açısından önemlidir. Bu yüzden kentin içinde, merkezlere yakın kent otelleri özellikle İstanbul gibi bir kentte en çok tercih edilen konaklama ve turizm yapılarıdır.

Kent otelleri, kentin yapısına ve büyüklüğüne göre farklılık göstermektedir. Kentin karakteri ve özelliklerinin yansıtılması, o kentin tanıtımı açısından önem taşıyacağından, kent otelleri kentin sisteminin parçası olmalıdır.

İstanbul'un içinde bulunan tüm oteller kent oteli olarak ifade edilmektedir. Kent otellerinin ayrı bir sınıflandırması olmayıp , tek kriteri kent içinde konumlanmasıdır. İstanbul'da kent içinde konumlanan beş yıldızlı oteller, dört yıldızlı oteller, üç yıldızlı oteller, iki yıldızlı oteller, tek yıldızlı oteller, apart oteller, butik oteller ve özel belgeli oteller bulunmaktadır. Örneğin, 1955 yılında açılan Hilton oteli beş yıldızlı bir kent oteli olup, İstanbul'da modern otelciliğin öncüsü olmuştur. Şehrin göbeğinde konumlanan otel, günümüzde 1950li yılların İstanbul kent mimarisini yansıtan bir yapıdır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verileri ile belirlenen sayılar İstanbul'un kent otelleri hakkında net bilgi vermektedir.

İstanbul ilinde 2000 yılı itibariyle, toplam 247 otel, bu otellerde 21.301 oda ve 44.457 yatak bulunmaktadır. 83 adet iki yıldızlı otel, 63 adet üç yıldızlı otel ve 35 adet 4 yıldızlı otel kentte hizmet vermektedir. En fazla oda ve yatak kapasitesi 5 yıldızlı otellerde yoğunlaşmaktadır. Bu otellerde toplam 7.094 oda ve 15.036 yatak bulunmaktadır.

Tablo 16 İstanbul'daki tesis türlerinin sayıları, 2000 ,Kültür ve Turizm Bakanlığı

Tesis Türü	Tesis Sayısı	Oda	Yatak
Yüzer Tesis (Otel)	2	245	924
Özel Belgeli Otel	22	1020	2387
Beş yıldızlı Otel	22	7094	15036
Dört Yıldızlı Otel	35	4293	8638
Üç Yıldızlı Otel	63	4694	9068
İki Yıldızlı Otel	83	3180	5914
Tek Yıldızlı Otel	18	755	1418
Apart Otel	2	20	72

Tablo 17 İstanbul'daki tesis türlerinin sayıları, 2009 ,Kültür ve Turizm Bakanlığı

Tesis Türü	Tesis Sayısı	Oda	Yatak
Yüzer Tesis (Otel)	-	-	-
Özel Belgeli Otel	60	1971	3996
Beş yıldızlı Otel	33	9680	20134
Dört Yıldızlı Otel	75	8262	16593
Üç Yıldızlı Otel	96	6150	11942
İki Yıldızlı Otel	79	2919	5592
Tek Yıldızlı Otel	12	346	646
Butik Otel	4	202	420
Apart Otel	1	10	34

Yukarıdaki tabloda Kùltür ve Turizm Bakanlığımızdan “İşletme Belgeli” oteller yer almaktadır. Toplamlarına bakarsak İstanbul’daki otellerin yatak kapasitesi **59.327**’dir.

İstanbul’daki bu mevcut potansiyele her geçen yıl yeni tesisler eklenmeye devam etmekte ve son yıllarda, turizm sektörüne yatırım yapmak önem kazanmaktadır. Bu duruma örnek vermek gerekirse, İstanbul Park, Sabiha Gökçen Havaalanı’nın açılması ve Marmaray projesinin başlamasıyla, yatırımların yönü Anadolu Yakası’na çevrilmeye başlamıştır. Mevcut yatak kapasitesinin, kısa süre içinde tamamlanacak yeni yatırımlar ile 15 bin’e ulaşması beklenmektedir. (Bayındır,T., 2008)

Ayrıca son dönemlerde tüm dünyada gelişim gösteren kongre turizmi ve bölgeye mahsus yapılan kentsel dönüşüm projesinin etkisiyle gelişen Talimhane, her geçen gün otellerin yenilenmesi ve yeni otel yapılarının açılmasıyla yatak kapasitesini oldukça arttırmaktadır.

Kent otellerinin kendine özgü özellikleri kullanıcı kitlesine uygun hizmet anlayışı içerisine girilmesiyle oluşmaktadır. Örneğin; kullanıcılar, bir tatil yöresindeki otelde tarihi ve turistik yerleri gezerken rahat edebilecekleri, eğlenip, dinlenecekleri bir mekân isteğinde olurken; iş dünyasına yönelik otelde toplantılar için rahat ve konforlu bir mekân aramaktadırlar (Öktem, D., 2007) Ayrıca teknolojik tüm donanımların (internet, projektör,ses sistemi gibi..) otelde bulunması, kullanıcıya kolaylık sağlaması açısından önemlidir.



Resim 1 Movenpick Oteli, İstanbul
Kaynak: www.tatilcim.net

Kent otellerinin en önemli kriterlerinden olan kent içinde konumlanma özelliği ile oteller, kentin yoğun yaşamı ile iç içe bulunmaktadır. Bu durum, giriş katlarda dış mekan ile en yakın ilişkide olan otel lobilerinin etkili bir düzenleme gerektirdiğini belirtmektedir.

Kent otellerinin gelir kaynağı sadece otel kullanıcılarının konaklamaları ile sınırlı kalmayıp kentlilerin kullanımına da açık olan ortak kullanım alanları ile sağlanmaktadır. Bu yüzden kent otellerinde bar, restaurant, sağlık kulübü, toplantı ve balo salonlarını içeren ortak kullanım alanlarının konfor ve düzeni önem taşımaktadır.

Odaların düzenlenmesinde ise, kentin kimliğine uygun konforun sağlanması için, otel sahibinin ve işletmecisinin tercihine göre %10 daha geniş tasarlanabilmektedir. (Öktem, D., 2007) Mekânlarda ışık, renk v.b. iç mimari uygulamalar ile görsel zenginlik oluşturmak tercih edilmektedir (İldeniz, 1991)

Kent otelleri, kentin içinde konumlanma özelliği ile çeşitli olanaklara sahiptir. Kent içinde bulunan ticari işletmelere, iş yerlerine, hastane, karakol, kütüphane gibi kentte bulunan bir çok birime ulaşmak mümkündür. Kentin dışından biri olarak, gidilen kentteki halk ile birlikte yaşamak, kentin atmosferini anlamaya olanak sağlar.

4. KENT OTELLERİNDE MEKANSAL DAĞILIM

Otel yapılarında birbirinden farklı özellikler gösteren çok sayıda işlev bir arada yer alır. Bu işlevler için tasarlanan çok sayıda mekan vardır. İşlevlerin birbiriyle ilişkilendirilerek kurulan bağlantıları mekanları oluşturmaktadır. Mekansal dağılımın işleyebilmesi için, konaklama yapılarının iç mekan tasarımları oldukça önemlidir. Mekanların oluşumunu etkileyen kriterlerin doğru saptanması mekanlar arası ilişkilerin işleyişini, kullanıcı gereksinimlerinin karşılanıp karşılanmamasını, kısaca mekan kullanımını etkiler.

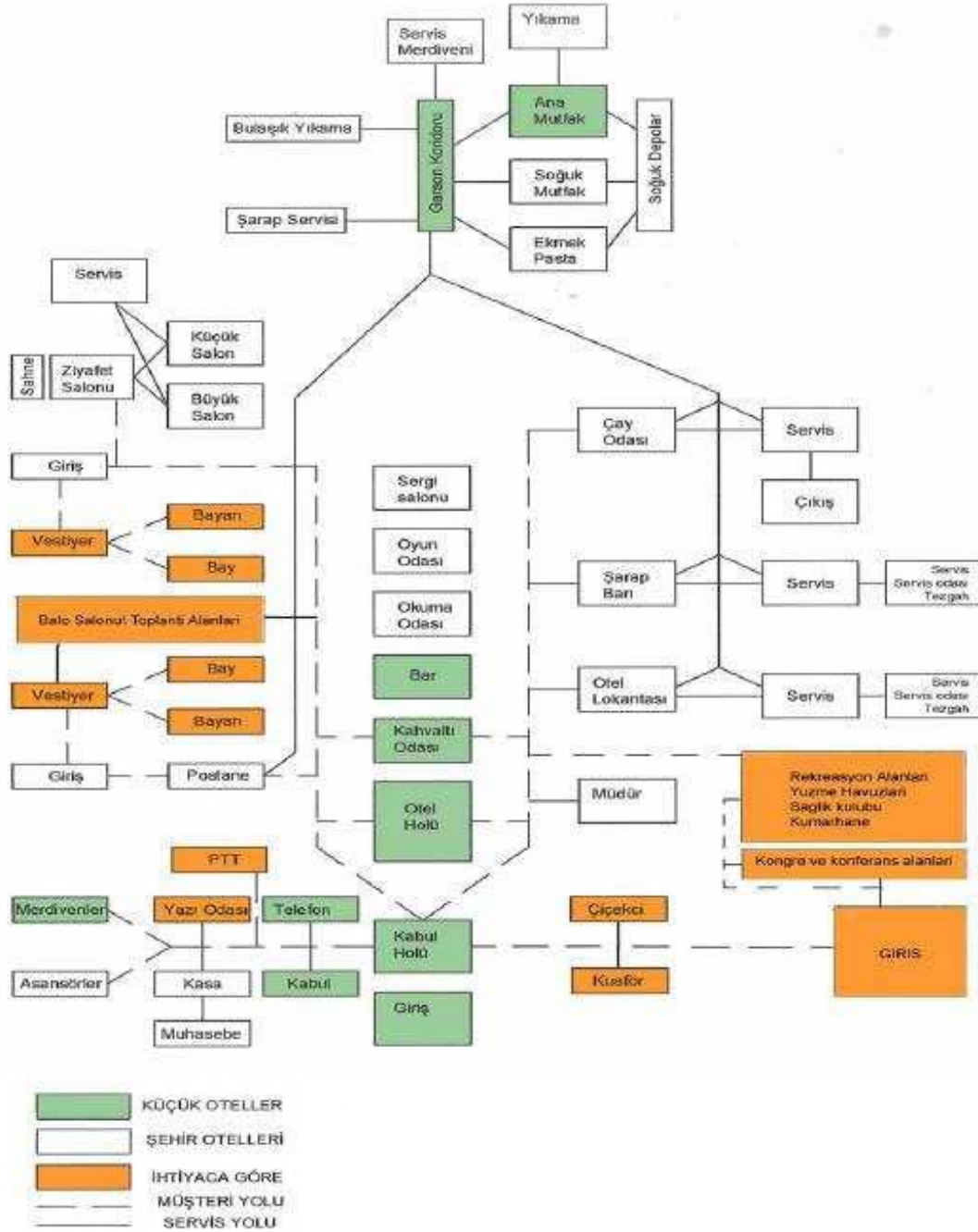
Mekanlar, kullanıcı grubunun, belirlenen eylemlerine göre işlev kazandırmak amacıyla tasarlanmaktadır. Her mekanın biçimlenme ölçütleri, kullanım amacı ve kullanıcı özelliklerine göre değişse de, mekansal dil oluşumu açısından ortak bir paydaları bulunmaktadır (Lawson,F., ,1979).

Günümüzde otel mekanlarının işlevsel açıdan kullanıcıya kolaylık sağlaması yeterli gelmemekte, kullanıcı işlevselliğin yanında estetik ve konfor arayışlarına da gitmektedir. Bu yüzden otel bölümlerini sadece otelin mekanları olarak değil bir “mimari mekan” olarak düşünmek gerekir. Mimari mekan, mekan kullanıcılarının, psikolojik, fizyolojik ve sosyal gereksinimlerini karşılama amacıyla biçim, oranlama, ölçek, doku, malzeme, ışık, ses gibi işlevsellik, konfor ve estetiği sağlayan niteliklerin mekana yansıtılmasıyla oluşur.

Mekan aynı zamanda mimari ürünün dördüncü boyutunu oluşturur. Yapı onun sayesinde en, boy ve yüksekliğin ötesinde bireyin devingenliğinden kaynaklanan, anlık yaşantılarla edinilen bir mekan boyutu kazanır. (Yolcu,E., 2006)

Otel yapılarının dış kabuğunu mimari bir ürün olarak kabul edersek, bu ürünün tasarım kararlarının doğru verilebilmesi için, otelin yeri, çevresi ve kullanım kriterlerinin belirlenmesi gerekmektedir. (Esin,N.,1979)

Aynı durum otel yapılarının iç mekanları için de geçerlidir. Tasarımda tek bir plan organizasyonu olmadığı gibi, oteller için de mekan dağılımlarını oluşturan tek bir plan yoktur. Her otelin işleyişini, düzenlemesini ve tasarımını etkileyen birçok kriter bulunmaktadır. Otelin yeri, yöredeki örf adetler, otelin iç yerleşimi, personelin nitelikleri, otelin mülkiyet durumu bunlardan bazılarıdır. Ancak, bu faktörlerden personel sayısı ya da otelin büyüklüğü organizasyondaki en önemli yapılanma elemanı olarak kabul edilmektedir (Akoğlan, M.,2004) Oteli oluşturan mekan birimleri amaçlara ve organizasyon ilişkilerine göre belirlenir. (Lawson,F.) Farklı otel gruplarında işlevsel organizasyonda farklılıklar izlenebilmektedir. Bu durum her otel yapısında standart birimlerin olmasının yanında kendi kurgusuna özgü mekanların da olabileceğinin göstergesidir.

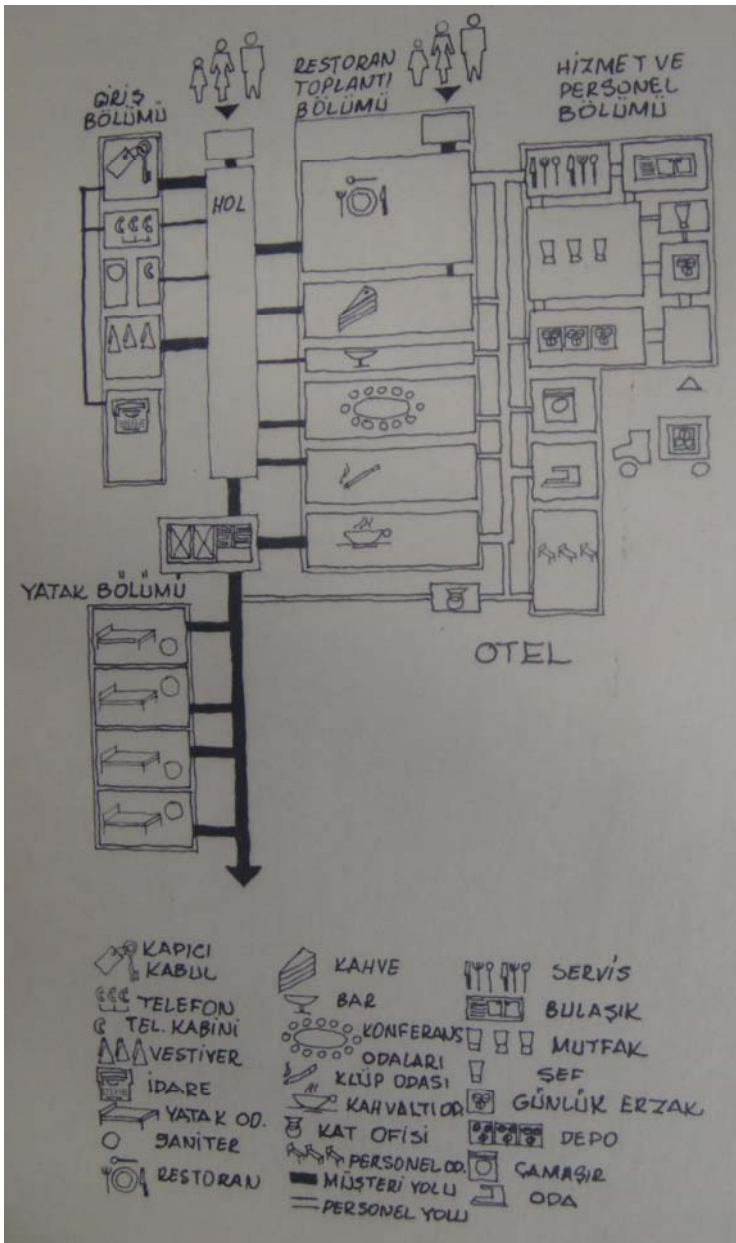


Şekil 1 Otel İşlev Şeması (Sever, Ö., 2008)

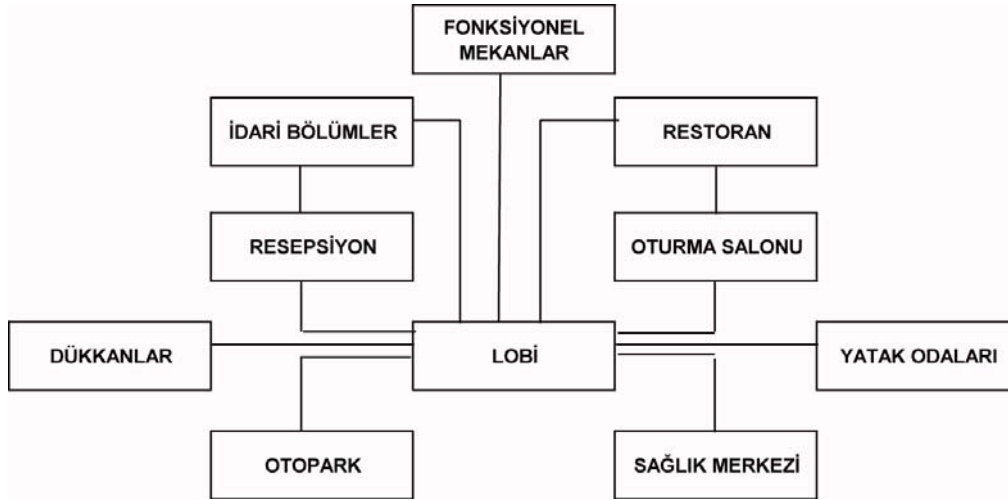
Otel iç mekanları işlevsel düzen içinde gruplara ayrılırken kat dağılımları da söz konusudur. Katlar arasında ve iç mekan birimleri arasında bile bir düzen ve ilişki vardır.

Katlar arasında ve katlarda bulunan mekanlar arasında bağlantının olması otelin organizasyon sorunu yaşama riskini azaltır ve kullanıcı grup gereksinimlerini daha rahat koşullarda sağlar.

Tasarımda mekan kullanımı ve işlevi benzer olan bölümler tanımlanmalı, aralarında mekansal bağlantı sağlanmalı ve işlevsel düzene göre bu mekanlar alana yerleştirilmelidir. Otel mekanlarını planlarken de aynı sistemle ilerlemek mümkündür. Otel bütünü içinde kullanımı ve işlevi benzer olan bölümlerde bağlantı sağlanıp, işlevsel ve hiyerarşik bir düzende genel kullanım alanlarından özel alanlara doğru düzenlenmelidir. (Şekil 2)



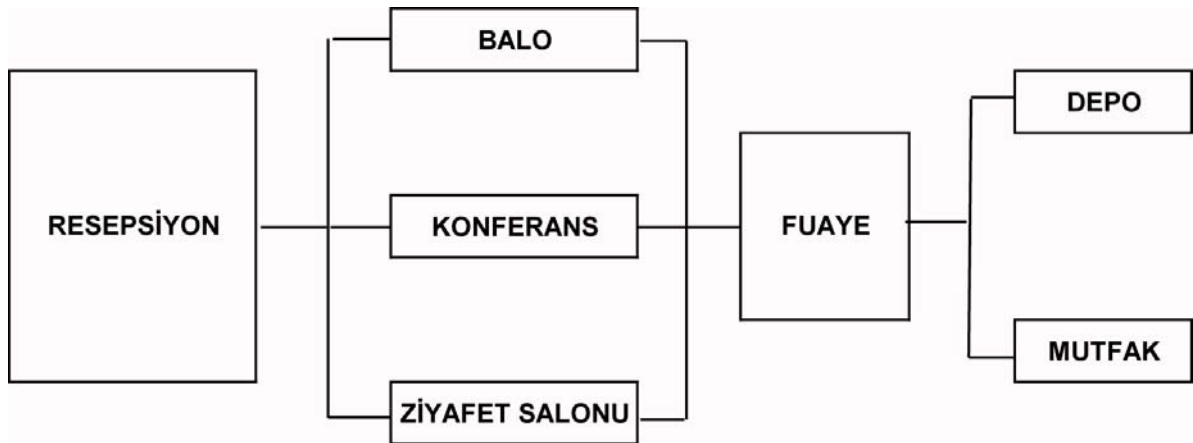
Şekil 2 Otel Mekan Dağılım Şeması (Doğu,O, 1982)



Şekil 3 Otellerin genel mekanlarının ilişki şeması

(Bircan Gökdağ tarafından şemalaştırılmıştır.)

Otellerde fonksiyonel mekanlarını balo salonu, ziyafet salonu, konferans salonu ve sergi salonu oluşturmaktadır. Bu mekanlar da birbiri arasında bir ilişki içerisinde. (Şekil 4)



Şekil 4 Otellerin fonksiyonel mekanlarının şeması

(Bircan Gökdağ tarafından şemalaştırılmıştır.)

Otel işletmeleri ön büro, kat hizmetleri, mutfak, servis, teknik servis, yan hizmetler vb. gibi fonksiyonlara göre yapılabileceği gibi bu fonksiyonların birleştirilerek hiyerarşik yapının azaltıldığı örgütlenmelere de gidilmektedir. Örneğin; odalar, yiyecek- içecek, yan hizmetler gibi. Bu örgütlenme; doğrudan gelir getiren ya da doğrudan gelir getirmeyen bölümler olarak da yapılabilir. Otel işletmelerinde; Gelir getiren bölümler; odalar, restoranlar, barlar ve salonlar iken gelir getirmeyen bölümler teknik servis, halkla ilişkiler, muhasebe, eğitim bölümü olarak gruplandırılabilir. (Akoğlan,M.,2004)

Otellerde incelendiğinde iki ana işlev grubu belirginleştiği dikkati çekmektedir.

1. İşlev -Yatma, yeme eylemlerine yanıt veren temel ağırlama işlevleri.
2. İşlev-Dinleme, eğlenme gibi diğer eylem gruplarına dönük olan tamamlayıcı işlevler.

Sınıfına ve türüne bakılmaksızın, her otel (konaklama) yapısının sahip olması gereken başlıca dört ana mekan grubu bulunmaktadır. Oteller;

- 1) Yatak katları (yatak odaları, banyoları ve kat ofisi)
- 2) Ortak Kullanım Alanları (lobi, restaurantlar, balo ve toplantı salonları, rekreasyon tesisleri)
- 3) Yönetim Birimleri (idari bürolar)
- 4) Servis Alanları (mutfaklar, depolar, personel alanları, çamaşırhane) olmak üzere genel bir mekansal dağılım sistemi içindedir.

Fred Lawson da otelleri mekansal organizasyon açısından 5 bölümde ele almaktadır.

1. Giriş ve lobi
2. Dolaşım ve taşıma
3. Yatak odaları
4. Yemek salonları, dinlenme salonları, barlar, kongre odaları, balo salonları
5. Personel çalışma alanları

Otel planlaması için yapılan diğer bir mekansal gruplama da şöyledir. Doğu,O.,Oteller,Birsen Yayınevi,İstanbul,1982

1. Giriş, giriş holü, otel holü
2. Hariçten kullanılan kısımlar (Salonlar)
3. Yatak odaları grubu
4. Düşey ve yatay bağlantılar
5. Servisler

Diğer bir araştırmacı/yazar Akoğlan otel bölümlerini yukarıdaki sınıflandırmalara benzer şekilde 4 bölüme ayırmaktadır.

1. Yönetim Bölümü: Müdür
2. Odalar Bölümü: Ön büro, Konsierj, Kat Hizmetleri
3. Yiyecek-İçecek Bölümü: Satın alma, Mutfak, Restoran
4. Yardımcı Bölümler

4.1 Ortak Kullanım Alanları

Ortak kullanım alanları, tüm otel kullanıcılarının ortak kullanımına sunulan mekanlardır. Otel müşterisinin dışında oda kiralamayan biri de ortak kullanım alanlarından faydalanabilir. Bu durum özellikle otelin tanınması ve konaklama olmadan da kazanç sağlama açısından otele oldukça fayda sağlamaktadır. Böylelikle otel gece konaklamanın yanı sıra yiyecek-içecek mekanları, toplantı, kongre ve sergi salonları, gece kulübü ve kiralık alanlarından yıl boyu kazanç sağlamaktadır. Ortak kullanım alanları olarak nitelendirdiğimiz alanları şöyle sıralayabiliriz:

1. Giriş bölümü
2. Lobi
3. Yeme-İçme Mekanları,
4. Çok Amaçlı Salonlar
5. Rekreasyon Tesisleri
6. Sirkülasyon Elemanları

Her bölümün amacı ve özellikleri farklı olup, mekan ve kat dağılımları da özelliklerine göre şekillenmektedir. Bu mekanların ortak noktası, otel müşterisi olan veya olmayan herkesin kullanımına açık olmasıdır.

4.1.1 Giriş Bölümü

Giriş bölümü, müşteriye otelin genel özelliklerinin ilk ifadesini veren ve otel hakkında ilk izlenimi oluşturan unsurdur. Dolayısı ile giriş mekanı kullanıcının otel seçiminde kararını vermesine sebep olan en önemli bölümlerden biridir. Otellerin giriş bölümleri, içeriye girip gezme fırsatı olmayan müşterilerin dışarıdan dikkatlerini çekerek kararlarında etkili olabilmek adına özellikle görsel anlamda önemlidir. Oteli simgeleyen ve en çok dikkat edilen alan olması giriş bölümünü diğer bölümlerden farklı kılar. Buna karşılık en çok göze çarpan alan olması sebebiyle en çok eleştiri alan mekanlardan biri yine giriş bölümleridir. Bu yüzden giriş bölümleri müşteri tarafından rahat ve kolay algılanmalı, zengin bir görünüme sahip olmalı ve giriş bölümünün zenginliği dışarıya da yansıtılmalıdır.

Giriş bölümünde yapısal olarak en çok dikkat çeken yapı elemanı otelin saçağı ve giriş kapısıdır. Giriş saçağı müşterileri hava şartlarından korumak amacı ile ana bina ile bağlantılı yapılmalıdır. Giriş saçağı altından araç geçecek özellikte ise, bir otobüsün altından rahatça geçebileceği yükseklikte olmalı ve bu yüksekliği belirten bir levha bulunmalıdır.

Ana girişte yaya olarak veya motorlu araçla gelen konuklar, tekerlekli sandalye kullanan engelliler ve yolcu otobüsleri için gerekli hazırlıklar yapılmış olmalıdır.

Otel girişinin ön alanı, araç trafiği kolayca çözülebilecek şekilde düzenlenmelidir. Tur otobüsleri ve engelli vatandaşlar için gerekli alanlar ve rampalar oluşturulmalıdır. Otelin giriş mekanının ön alanı iki aracın geçebileceği şekilde en az 5,5 metre genişlikte olmalıdır. Girişe keskin virajdan giriliyorsa daha fazla genişlik sağlanmalıdır.

Tekerlekli sandalye için rampa eğimi %10 veya %12 olmalı, rampa koyma olanağı yoksa giriş cadde ile aynı seviyede olmalıdır. Ayrıca su tahliye kanallarının ızgaraları, tekerlekli sandalyelerin geçişine olanak vermek amacı ile girişe paralel olarak konumlandırılmalıdır.

(Yolcu,E.,2006)

Ana giriş alanının büyüklüğü kısıtlı ise, yolcu otobüsleri ve otobüsler yolcu otobüsü parklarındaki ve bekleme alanlarındaki alternatif girişlere kolaylıkla yönlendirilebilmelidir. Resepsiyon merkezi bu şekilde gelen kalabalık gruplar için, örneğin bitişik yolcu salonlarıyla veya genel dolaşım alanlarıyla, genişletilebilir. (Lawson,F.,1976)

Rutes ve Penner (1985)'e göre, büyük turizm yapılarında, ana giriş mekanındaki yoğun insan trafiğini azaltmak; restoran veya diğer bir etkinlik için özgün bir kimlik oluşturmak ; veya güvenlik önlemlerini arttırmak için ayrı girişler düzenlenmesi gerekmektedir. Ana girişten ve ikincil girişler aşağıdaki gibidir:

- Ana giriş
- Balo /ziyafet salonu girişi
- Restoran/Bar/Gece Klübü/Kumarhane girişi
- Tur otobüsü veya havaalanı servis girişi
- Suit veya apartman girişi

Restoranlar ve ziyafet salonları için ikinci bir girişi bulunması, ana girişi rahatlatır ve ana giriş kolaylıkla algılanabilir olup resepsiyon ile bağlantısı daha rahat sağlanabilir.

Genel görünümün öneminin yanında giriş kapıları da işlevsellik açısından oldukça önemlidir. Giriş kapıları, iki bavul taşıyan bir kişi veya bir bagaj arabası geçecek kadar geniş olmalıdır (asgari açık genişlik 900 mm (3 fit)). Kapıların yangın çıkış koşullarını da karşılaması gerekir, döner kapıların kanatlarının ise basınç altında katlanabilmesi veya açılır kapanır olması gerekir. Çift tarafa açılır kapanır kapıların açıldıklarında kural olarak binanın hizasını geçmemesi ve dolayısıyla ön duvara gömülü olması gerekmektedir. Merdivenlerle yükselen bir giriş daha çekici bir görünüm arz edebilmektedir, fakat bagajları taşınmasında güçlükler çıkmaktadır. Merdiven kullanılması zorunlu ise yol seviyesinde ayrı bir bagaj resepsiyonu bölümü yapılabilir. (Lawson,F., 1976)

Yana açılan kapı çözümlerinde sıcak-soğuk hava cereyanını azaltmak üzere belirli aralıklarla iki kapı grubu ile bir antre oluşturulabilir. Ayrıca oluşturulan ilk kademe kapı üzerine gizli bir hava perdesi konulabilir. (Yolcu,E.,2006) Antre boyunca yürüme mesafesi 2m – 3,5m arası olmalı, antrede basamak ve benzeri engeller olmamalıdır.

Mekansal olarak bir geçiş yaratan giriş, mekanı ısı açısından; sıcak soğuk mekanlar, ses açısından gürültülü ve sessiz mekanlar ve ışık açısından aydınlık ve karanlık mekanlar arasındaki ara mekan şeklinde tanımlanabilir. (Yolcu,E.,2006)

Bu özellikler giriş bölümlerinin malzeme kullanımının da önemli olduğunu vurgulamaktadır. Antre döşemesi için kolay değişebilir, rahat temizlenebilir kaplamalar ve paspaslar kullanılmalıdır.

Özellikle şehir otellerinin giriş bölümünde, gece aydınlatma düzeni kurulmalı, ışıklandırma ile giriş bölümü kuvvetlendirilmeli, iç mekanın kolay algılanır olması sağlanmalı , kullanıcıya güvenlik hissi vermelidir.

4.1.2 Lobi

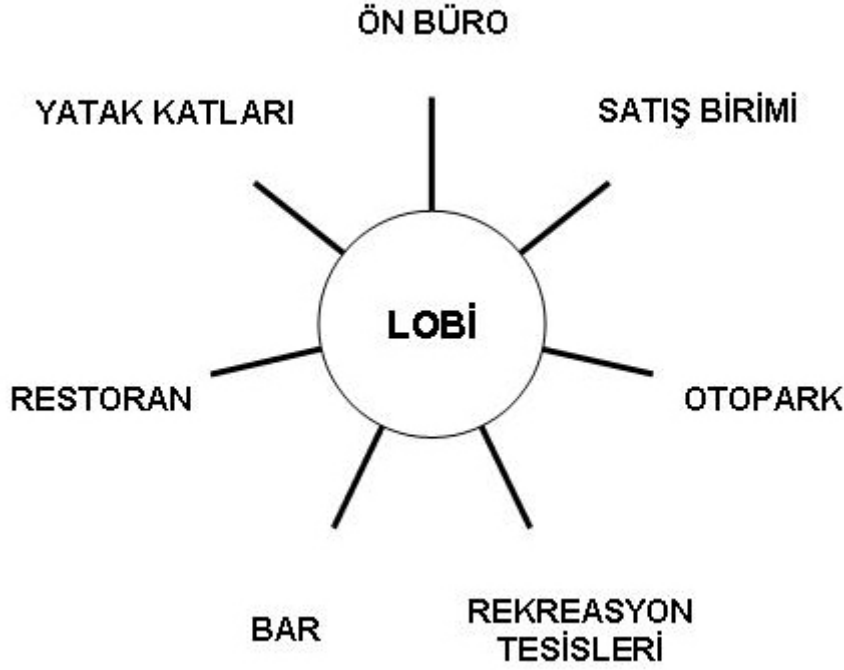
Bir otele girildiğinde giriş bölümünden hemen sonra, kullanıcının ilk ulaştığı mekan, işlevsel ve konumsal yönüyle lobi mekanıdır. Otel misafirlerinin tamamı tarafından kullanılan ve dışarıdan gelen misafirlerin kullanımına açık olan lobi mekanı, misafirlere otel hakkında ilk izlenimi veren otel girişi ile aynı önemi taşır. Lobinin otelin imajını oluşturmada rolü büyüktür.

1970’li yıllara kadar nispeten küçük mekanlar olan otel lobileri bu yıllardan sonra büyümeye başlamıştır (İldeniz, 1991). Günümüzde otel lobileri oldukça geniş alanlar kaplamakta olup otellerin prestij mekanlarıdır.

Rutes ve Penner(1985)’e göre, turizm yapılarındaki ortak alanların içinde lobi, ziyaretçi üzerinde en büyük etkiyi oluşturan mekandır. Lobi tasarımı, turizm tesisinin genel tarzını yansıtmaktadır. İster resmi; ister sıradan olsun veya ister imalı bir dili; ister ifade gücü açık olsun, genel dil lobide görülmektedir. Bu yüzden lobi elemanlarının planlanması ve detayların tasarımı ziyaretçi üzerinde kalıcı ve olumlu bir etki bırakacak şekilde olması gerektiği belirtilmektedir . (Sever, Ö., 2008)

Lobi bölümünde bulunan oturma ve dinlenme mekanları genellikle otelin tarzını yansıtacak şekilde belli bir konsept çerçevesinde tasarlanmalıdır.

Otelin simge mekanı olan lobi, bunun yanında misafirlerin odalara ve diğer genel mekanlara yönlendirilmesini ve ulaşımını sağlayan ana sirkülasyon alanıdır. Müşterileri resepsiyona, restoranta, toplantı salonlarına, rekreasyon alanlarına ve yatak katlarına ulaştırır. Kullanıcı, otele geldiğinde dinlenmek için oturma gruplarını kullanır, dinlenirken bir şeyler içebilir veya kitap okuyabilir, lobi mekanından ayrılmak üzere daha sonra odasına çıkmak için ise düşey sirkülasyon elemanlarını kullanır. Lobi mekanı bu yönüyle otel bölümlerinden en çok kullanılan alandır.



Şekil 5 Lobinin mekanlara dağılım şeması

Bircan Gökdağ tarafından şemalaştırılmıştır.

Lobi genel olarak kullanıcıların fiziksel, psikolojik ve sosyal her türlü gereksinimlerini karşılayabilmelidir. Lobinin planlaması, binanın ana formu , ön ofis işlevsel sistemi, mekan bağlantıları ve servis akslarının düzenine bağlı olarak şekillenir.

Otelin giriş holü ile yakın ilişki içinde olan lobide müşteri ilişkileri bankosu, resepsiyon, bekleme ve dinlenme alanları, merdiven ve asansörler, genel tuvaletler, satış üniteleri ve restoran veya bar bulunmaktadır. Restoran veya bar bölümü olmaması durumunda lobideki dinlenme alanlarında aperatif yiyecek ve içecek servisi verilmektedir.

Otel, şehir merkezinde ticari bir alan içerisinde bulunuyorsa, giriş katı işletmesi otelden ayrı olan kiralık mağazalara ayrılabilir. (Örn: İstanbul Hilton Oteli) Bu durumda lobi ve kabul mekanı giriş kat alanının büyüklüğüne bağlı olarak alt katta ön büro hizmeti sunup, dinlenme mekanları üst katta konumlanabilir ya da tüm hizmetler bir üst katta çözümlenebilir. Bu alanların ulaşımı için girişten itibaren merdiven veya asansör kullanımı zorunludur. Özellikle bu tip planlamalarda müşterinin mekan algısını güçlendirmek ve ulaşım rahatlığı sağlamak adına, yürüyen merdiven kullanımı oldukça uygundur. (Örn: İstanbul The Marmara oteli, Taksim) Giriş bölümünde mağazaların ve üst kattaki lobi mekanının daha gösterişli olması için galeri boşluğu açılması düşünülebilir.

Lobi mekanlarında atrium tasarımı mekana ayrı bir zenginlik katmaktadır. Tasarımın el vermediği durumlarda , mekanın tavan yüksekliği hacim büyüklüğüyle dengeli bir şekilde tasarlanmış olmalıdır.

Tasarım uygun ise, lobi mekanları iki veya üç kat yüksekliğinde düzenlenmektedir. “Büyük otel kompleksinde, özellikle John Portman’ın otellerinde, lobinin mekana farklı bir nüve niteliği kazandırılarak, zeminde lobinin bulunduğu mekan üst katlara kadar boşaltılmış, içerisinde yatak katlarının da olduğu diğer tüm aktiviteler, bu boş alan çevresine sarılmıştır. Bu alan için soyut imgelerden veya strüktürlerden yararlanılmış, bazen lobinin çevresinde yapay bir yeşil alan oluşturulmuştur.” (Yolcu,E.,2006)



Resim 2 Atlanta Marriott Marquis , Atlanta

Kaynak:<http://www.marriott.com>



Resim 3 Georgia Hyatt Regency San Francisco

Kaynak: <http://www.hyatt.com>

Lobilerde özellikle grup halinde gelen otel kullanıcılarının giriş yaptıklarında, yoğunluğun azalması adına bavulların taşınması için ayrı mekanlar düşünölmelidir. Buna dayanarak giriş ve lobiyle bağlantısı sağlanarak bagaj taşıma işlemleri, depolama alanları vb. gibi alanlar tasarlanması uygun görölmektedir.

Lobide bulunan kullanıcının, merdivenler, asansörler ,WC'ler ve kullanıcıya hizmet veren diğler mekanları kolayca algılanmasına dikkat edilmelidir.

Otopark, ziyafet salonları, balo salonu ve rekreasyon alanlarının bağlantısı asansörler yardımı ile sağlanmalıdır. Otoparktan lobiye ve diğler katlara geçişte yangına karşı antreler oluşturulmalıdır.

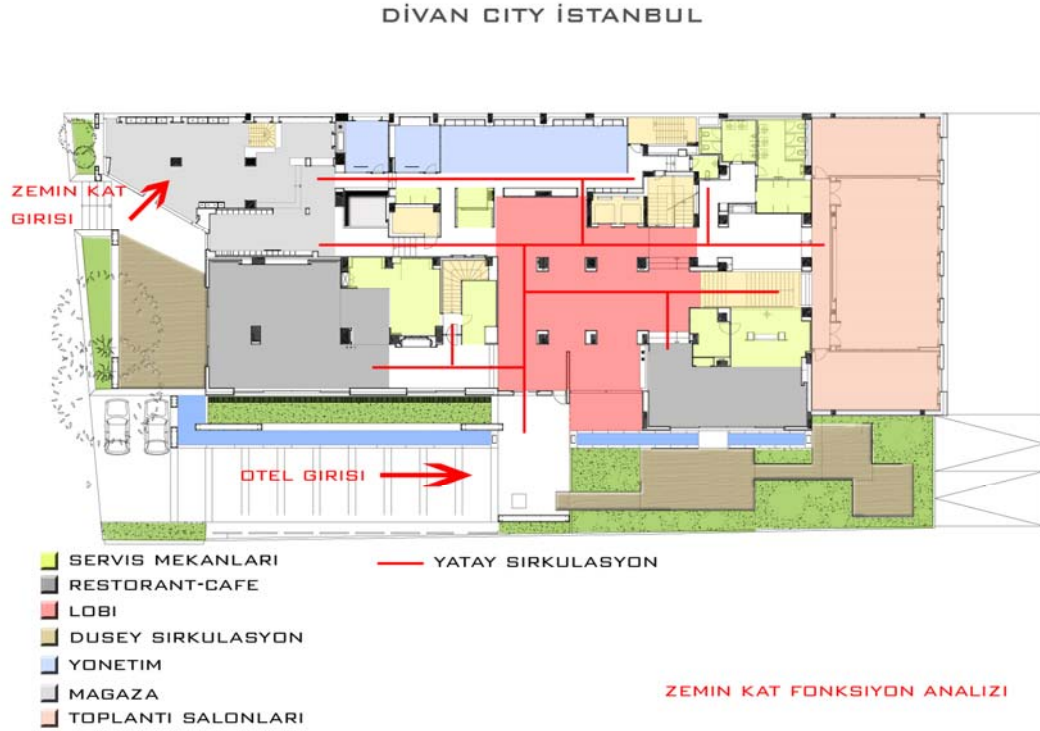
Lobi mekanlarında müşterilerin dinlenirken daha keyifli vakit geçirmeleri ve mekana canlılık katması amacıyla lobi mekanının uygun bir bölümünde canlı müzik yapılması düşünölebilir. (Örn: Elite World Otel)



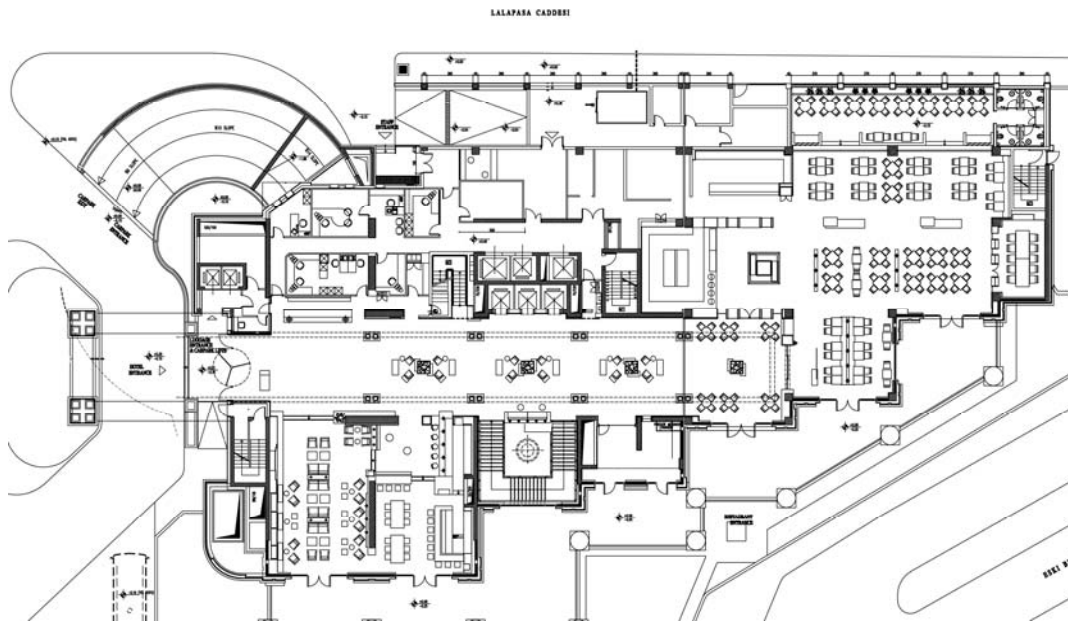
Resim 4 Elite World Hotel Lobi Görünümü
Kaynak: <http://www.eliteworldhotels.com.tr/>

Lobi, çok yoğun bir kullanım alanıdır, bu nedenle iç mekan kurgusu yapılırken yoğun kullanıma dayanıklı bitirme malzemelerin seçilmesi gerekmektedir. Örneğin, gürültüyü önlemek ve daha sıcak bir ortam sağlamak amacı ile döşemede halı kullanılabilir.

Günümüzde internetin hayatımızda çok büyük bir yer kapladığını düşünürsek, interneti artık kullanıcı gereksinimlerinden saymak mümkündür. Buna bağlı olarak kullanıcıların dinlenme mekanlarında internetten faydalanmalarını sağlamak gerekmektedir.

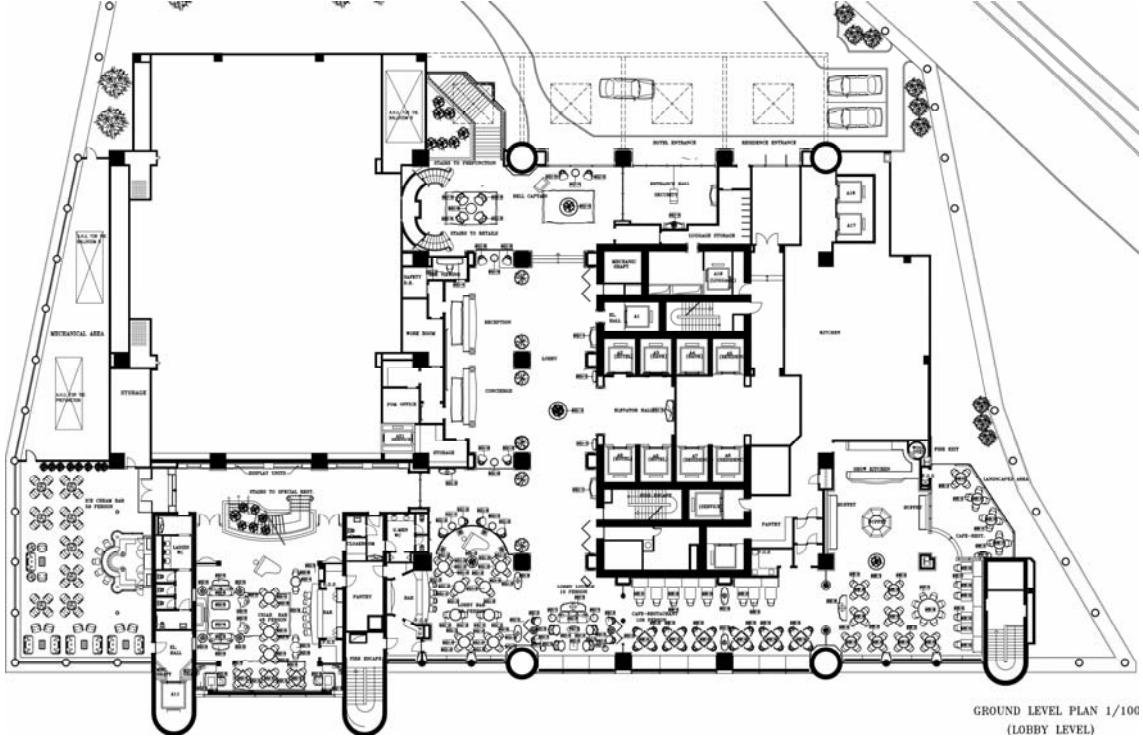


Resim 5 Divan City İstanbul Zemin Kat Fonksiyon Analizi (Görgülü,T.,2009)



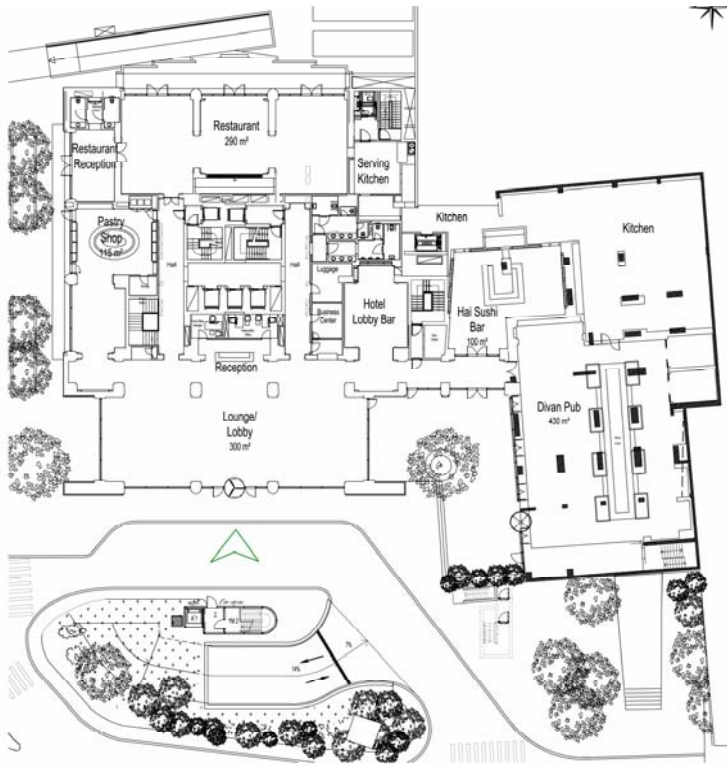
Resim 6 Movenpick Otel İstanbul Zemin Kat Planı

Kaynak: Metex Design Grup



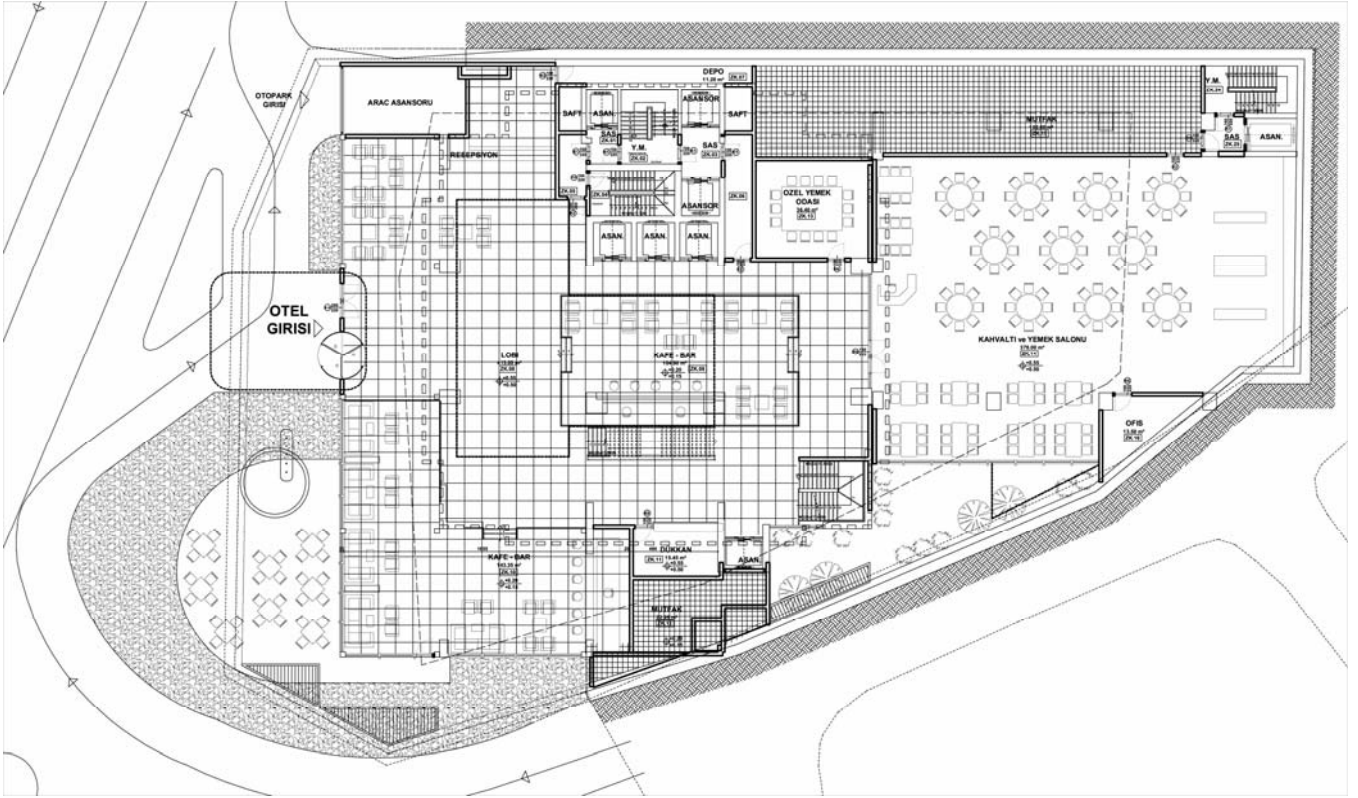
Resim 7 Ritz Carlton Otel İstanbul Zemin Kat Planı

Kaynak: Metex Design Grup



Resim 8 Divan Otel İstanbul Zemin Kat Planı

Kaynak: Divan Otel, yeni yerleşim



Resim 9 Point Otel, Barbaros İstanbul Zemin Kat Planı
Kaynak:Point Otel

4.1.3 Yeme-İçme Mekanları

Otel yapılarında, ortak kullanım alanları arasında lobi kadar önemli ve yoğun olan bir diğer mekan ise yeme-içme mekanlarıdır. Tüm hizmet mekanlarında olduğu gibi yeme-içme mekanlarında da gerek mekanın kurgusu gerek servis hizmeti ile kullanıcının tüm gereksinimlerini sağlayacak nitelikler sağlanmalıdır. Yeme-içme mekanları otel müşterisinin yanında dışarıdan gelen müşteriye hizmet veren en yoğun mekandır.

Günümüzde özellikle iş temposunun artması ile pek çok kişi yemeğini dışarıda yemektedir. İş aralarında kahve keyfi yapılmakta, toplantılar akşam yemekleri verilerek düzenlenmektedir. Yemeklerin dışarıda düzenlenmesi durumu sadece iş odaklı olmayıp, gelişen ekonominin de etkisiyle insanlar keyif almak ve hoş vakit geçirmek için de dışarıda yemek yemektedirler. Bu doğrultuda kent otellerinde bulunan kafe, restaurant gibi yeme-içme mekanlarının önemi gün geçtikçe artmaktadır.

Yemek yeme bir ihtiyaç olduğu kadar, kültürel de bir olaydır. Her ülkenin yemek kültürü farklı olup özellikle kültür turizminde önemli bir yer tutmaktadır. Dışarıdan gelen turistler ülkeyi görmek, öğrenmek istedikleri kadar, ülke insanların kültürlerini de öğrenmek istemektedirler. Kültürel özelliklerin içinde yöresel yemekler oldukça ilgi görmektedir. Bu nedenle yemek kültürünün sergilendiği yeme-içme mekanlarının tasarlanması ayrı bir önem taşımaktadır.

Günümüzde yemek yeme mekanları otellerin çok önemli bir bölümü durumundadırlar. Bu yalnızca müşterilerin rahat etmesi açısından değil otel gelirleri açısından da önemlidir. Günümüzde gelirlerinin %40'ını yemek yeme mekanlarından sağlayan oteller bulunmaktadır (Architect's Journal, Principles Of Hotel Design,70).

Bir otelin konaklamadan sağladığı gelirden sonra en büyük gelir kaynağı, yiyecek ve içecek bölümüdür. “Otellerin yemek yeme mekanlarında üretim, satış ve tüketim işlevleri aynı mekan içerisinde ve süreli değişen kullanıcı profili ile birlikte çözümlenmek durumundadır .“ (Kültür ve Turizm Bakanlığı,1983)

Otellerdeki yeme-içme mekanları tasarımcının ilk aşamalardan itibaren ele alması gereken ve bir bütün halinde çözümlenmesi gereken mekanlardır.

Otellerde yiyecek ve içecek mekanları konusundaki konseptler başlıca iki yaklaşımla incelenebilir. Bu yaklaşımlardan biri otelin ana binasının tasarımı sırasında yiyecek ve içecek mekanlarının servis türleri, mekan teması ve atmosferi, çalışma saatleri, isim ve logosunun da tasarlanmasıdır. Diğer bir yaklaşım ise programlama aşamasında gerekli olan mekan ihtiyaçları, büyüklükleri kaba hatları ile belirlenip, mimar otel organizasyonunu ve tasarımını tamamladıktan sonra, yiyecek ve içecek mekanlarının kendilerine ayrılan mekanlara göre şekillenip tasarlanmasıdır.

Günümüzde kullanılan bir başka yöntem ise bu mekanların sunulan yiyeceğin niteliğine, ortamın temasına göre çeşitli bölümlere ayrılmasıdır. Kademe farklılıkları, farklı ışık düzenekleri, farklı malzemeler ve aksesuarlar kullanılarak istenilen imaj oluşturulabilir. (Yolcu,E.,2006)

Yeme-içme mekanları genellikle otel lobisine bağlantılı olarak konumlandırılırlar fakat işletmesi ayrı olan mekanlar daha farklı çözümlere gidebilmektedirler. Yiyecek alanlarında bir bar kısmı bulunması gerek görülmektedir.

Lobi ile bağlantının sağlanması otel müşterisi için ulaşım kolaylığı sağlamakta olup dışarıdan gelen müşteriler için ikinci bir giriş düşünülmesi daha uygun olmaktadır. Ayrıca otel müşterilerinin dış mekan ile ilişkisinin sağlanması ve dışarıdan gelen müşteriler için restaurant ve barların otel önüne bir cephesi olmalıdır.

Yeme-içme mekanlarından restoran, kafe ve bar gibi hacimler birbirlerinden bağımsız düzenlenmektedir. Ancak işlevsel açıdan doğru kullanım alanları oluşturmak için, bu mekanların konumlandırılmasına özen göstermek gerekmektedir.

Yeme-içme mekanlarındaki oturma alanları ve sayıları, otelin konumuna, büyüklüğüne, belirlenen konsepte ve işletme sahibinin yeme-içme mekanlarına gösterdiği öneme bağlı olarak değişiklik gösterir. Ancak bulunan oda sayısına bağlı olarak sağlanması gerekli minimum ihtiyaç vardır. Tasarım yapılırken bu değerler dikkate alınmalıdır. Büyük çaplı restoran ve barlar kullanımın az olduğu zamanlarda kapatılıp farklı kullanıma açılabilen bölümler halinde tasarlanmalıdır.

Lüks otelerde, gereksinim ve kalite anlayışına bağlı olarak birden fazla restoran ve bar bulunmaktadır. Genellikle bu restoranların biri kahvaltı ve yemeklerin açık büfe olarak sunulduğu ana restoran olup diğerleri ise alakart olarak hizmet veren restoranlardır. Bu restoranlar müşteri çekmek için farklı ülkelerin yemek kültürlerine uygun tasarlanabilmektedir. Hatta bazı otelerde toplu yemekler verilmesi için ayrı restaurantlar bulunmaktadır. Bu tür mekanlar yoğun kullanıcı kitlesine sahip olduğu için çevre kontrolüne önem vermek gerekmektedir.

Yine lüks otelerde lobi ile bağlantılı hizmet veren barın dışında, çeşitli konseptlerde barlar düzenlenmektedir. Bu barlar genellikle havuzbaşı, çok amaçlı salonların fuaye alanları gibi otel kullanıcılarının yoğun bulunduğu mekanlarda konumlanmaktadır.

Bazı otellerde gece kulübü hizmeti de verilmektedir. Gece kulüpleri gürültü açısından genellikle bodrum katlarda veya en üst katta yer almaktadır. Dışarıdan gelen müşteriye de hitap eden gece kulüpleri otelin tanıtımına katkıda bulunmaktadır.

Otellerde yeme-içme hizmeti sunan mekan türlerini sıralarsak;

- 1) Restaurantlar (Açık büfe, alakart restaurantlar)
- 2) Kokteyl salonları
- 3) Barlar
- 4) Gece Kulüpleri'dir.

Lobi mekanlarında aparatif yiyecek ve içecek servisi yapılmakta olup bu mekanın servisi küçük bir mutfaktan sağlanabilir. Fakat bütün yiyecek ve içecek mekanlarının servisi sağlayacak olan bir ana mutfak olmalıdır. Tüm içecek mekanları mutfak ve içki depoları ile bağlantılı servis destek alanlarına sahip olmalıdır.

Sonuç olarak, yeme-içme mekanlarının tasarımı yapılırken, kriterlerin fazlalığı ile çok farklı konseptler düşünülebilmektedir. Oluşturulmak istenen atmosferin tasarlanmasına uygun malzeme seçimleri, servis sistemi, mөнünün tasarlanması, mutfağın tasarımı, konseptte uygun yemek müzikleri gibi bir dizi farklı tasarım eylem ve karar söz konusudur. Otelin hitap etmek istediğı insan grubu, mekanın otel konumundaki yeri, otele uygun konseptle çözüm ya da tamamen farklı olma durumu da tasarımda farklı çözümlere gidilmesini sağlamaktadır. Otellerin türlerine göre yeme-içme mekanları da şekillenebilir. Örneğın kongre otellerinde toplu grupların otele konuk olması ile yeme-içme mekanları ağırlık kazanmış iken, küçük bir kent otelinde gelir kaynağı daha çok konaklama ağırlıklı düşünülmüştür.



Resim 10 Titanic Port Otel, Restaurant Bölümü
Kaynak: <http://titanic.com.tr>



Resim 11 Titanic Business Otel, açık büfe hizmet sunan restaurant
Kaynak: <http://titanic.com.tr>

4.1.4 Çok Amaçlı Salonlar

Otellerde ortak kullanım alanları arasında çok amaçlı salon olarak adlandırılabilen balo, toplantı ve sergi salonları gibi mekanlar vardır. Bu alanlar özellikle son zamanlarda önem kazanan kongre turizminin de etkisiyle otellerin amaçlarına göre şekillenmektedir. Bu alanlara fonksiyon alanları da denilmektedir.

Günümüzde genellikle, çok amaçlı salonların tasarımını yaparken, çeşitli şirket toplantılarına, seminerlere ve özel davetlere hizmet verecek nitelikleri sağlamayı, bu tür kullanıcıların istek ve beklentilerini göz önünde bulundurarak konsept belirlemeyi amaç edinmektedirler.

Çok amaçlı salonların tasarımında, otelin sınıfı, büyüklüğü, bulunduğu bölge göz önüne alınmalı, gerekli durumlarda büyük bir mekanın bölünmesi ile farklı kombinasyonlar oluşturulmasına olanak sağlanmalıdır. Bir tatil otelinde gerçekleştirilecek şirket toplantıları şehir içi otellerine oranla daha azdır. Bu nedenle ayrı bir toplantı salonu tasarlamak yerine, planlama aşamasında bir balo salonu ön görülmüş ise bu salonu bölünebilir bir sistem çerçevesinde tasarlayarak bu sorun çözümlenebilir. (Yolcu,E.,2006) Bu mekanlarda bazen otomatik veya manuel olarak açılıp kapanabilen bölücüler kullanmak, aynı anda birden fazla etkinliğe hizmet ederken büyük kolaylık sağlamaktadır.



Resim 12 Greenpark Otel, Toplantı Salonu
Kaynak: <http://www.thegreenpark.com>

Çok amaçlı salonlar, genellikle ortak bir fuaye alanına açılacak şekilde tasarlanmaktadır. Fakat sergi, kongre ve balo gibi farklı aktivitelere hizmet veriliyorsa, aynı zamanda mola verme durumları göze alınarak, bu alanların fuayeleri bitişik tasarlanmamalıdır.

Çok amaçlı salonlar çeşitli etkinliklerde toplantı, sınıf, tiyatro, resepsiyon ve ziyafet düzenlerinde hazırlanmakta, salonların kapasiteleri düzenleme şekline göre değişmektedir. Örneğin Swiss Otel The Bosphorus'un en büyük çok amaçlı salonu olan, 1062,5 m² alana sahip Fuji Salonu'nun kapasitesi toplantı düzeninde 164-260, sınıf düzeninde 1000, tiyatro düzeninde 1600, resepsiyon düzeninde 1200, ziyafet düzeninde ise 1008 kişidir. (www.swissotel.com.tr)

Kent otelleri için çok amaçlı salonlar oldukça önemli bir gelir kaynağıdır. Tüm aylara dağılımın olması, konaklamaların büyük bir kısmının iş nedeniyle seyahat eden kişilerden oluşmasına dayanır. Kongre turizmine hizmet veren otellerin tüm teknolojik donanımına sahip olması gerekmektedir. Örneğin, büyük çapta organizasyonların düşünüldüğü bir salon, akustik açıdan oldukça iyi tasarlanmalıdır. Bu anlamda kongre turizmine ağırlık veren kent otelleri, diğer otel türlerinden fark yaratmak zorundadır.

Kongre turizmine hizmet vermeyi hedefleyen otellerde, özellikle iş toplantıları için bir araya gelen gruplara yönelik, 10-50 kişi kapasiteli çok sayıda küçük, tüm donanımlara sahip toplantı odaları bulunmalıdır. Bu odalarda, telefon, televizyon ve mikrofon girişleri, prizler önceden düşünülmeli, projektör kullanımına, video, slayt vs. gösterimine uygun olanaklar sağlanmalıdır.

Çok amaçlı salonlara yemek servisi yapılabilmelidir. Balo salonları ve kokteyl salonlarının yakınlarında mutlaka yardımcı bir mutfak bulunmalıdır. Ayrıca çok amaçlı salonların fuaye alanlarından tuvalet, telefon gibi servis mekanlarına ulaşım kolay sağlanmalıdır.

Salonların kapasitesine karşılık verebilecek sandalye, masa gibi malzemeler sağlanmalı, kullanılmadığı durumlarda salonlara yakın depolarda saklanmalıdır.

Tüm mekanlarda güvenlik ile ilgili önlemler alınmalıdır. Yangın çıkışları tasarlanmalı, duman ve ısıya karşı duyarlı dedektörler kullanılmalı, sulu otomatik sistemlerden de faydalanılmalıdır.

4.1.5 Rekreasyon Tesisleri

Rekreasyon alanları, sağlık tesisleri de denilen havuz, spor salonu, sauna, hamam, buhar banyosu, solaryum, jakuzi, terapi, masaj odası gibi hizmetlerin bulunduğu, bunun yanında kuaför, tenis sahaları, oyun salonları v.b. aktivite ve hizmet mekanlarını içerir. Rekreasyon alanlarının çeşitliliği ve kalitesi, otel sınıflandırmasına göre değişmekte olup, otellerin tercih edilmesini sağlayan etkenlerdir.

Günümüzde sağlık merkezleri 'SPA' olarak adlandırılmaktadır. SPA kısaltması, 'Su ile Gelen İyilik' anlamını taşıyan Latince 'Salus Per Aquam' kelimelerinin baş harflerinden oluşmaktadır.(www.salusspa.com)

Otellerin sağlık merkezleri, otel misafirlerine sınırsız hizmet sunmakta olup, dışarıdan üye olarak gelen kentlilere de hizmet vermektedir. Bu merkezlerde spor eğitmenleri aracılığıyla yüzme, jimnastik, günümüzde oldukça yaygınlaşmakta olan spordan pilates, stretching, yoga gibi dersler verilmektedir.

Otelde konaklama yapan müşteriler ve şehir yaşantısı, hava kirliliği, stres ve benzeri nedenlerle bunalmış kentliler için rekreasyon tesislerinin oldukça büyük bir önemi vardır.

Kent otellerinde, dört mevsim kullanılabilme olanağı olması sebebiyle kapalı havuzlar, açık havuzlara oranla daha çok tercih edilmektedir. Otellerde açık havuzun bulunması ise, yazın tatil beldelerine gidemeyen kentliler için rahatlama mekanlarıdır ve otele konaklama dışında gelir sağlayan bir hizmet alanıdır.

Otellerin sağlık merkezleri genellikle bodrum katlarda konumlanmaktadır. Özellikle kapalı havuz tesisatının kolaylığını sağlamak , sauna ve solaryum gibi bölümlerin de teknik ihtiyaçlarını çözmek adına sağlık merkezlerini alt katlarda konumlandırmak uygun bir yerleşimdir.

Rekreasyon alanlarının büyüklüğü ve kapsamı otelin büyüklüğüne ve standartlarına göre değişkenlik gösterir. Otellerin Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe göre sınıflandırılmasında belirlenen bazı kriterler söz konusudur. Örneğin, kuaför salonu beş yıldızlı bir otelde bulunması zorunlu bir mekan iken üç yıldızlı bir otelde böyle bir zorunluluk söz konusu değildir.

Rekreasyon tesisleri müşteri asansörleri ile bağlantılı olup, rahatça ulaşılabilinecek şekilde konumlanmalıdır. Böylece müşteriler genel mekanlara geçmeden yatak katlarına ulaşabilmektedirler. Ayrıca otelde konaklama yapmayan müşterilerin de lobiden geçmeden tesisi kullanabilmeleri gerekmektedir.

Rekreasyon tesislerinin içinde, gününbirlik kullanım amaçlı gelen müşterilerinde kullanımı için, soyunma kabinleri, duş ve tuvaletler bulunmalıdır. Ayrıca bu müşterilerin kullanımına açık yeme-içme mekanları da düzenlenmelidir. (Günümüzde bir çok otelin sağlık merkezinde vitamin barlar bulunmaktadır.)

Spor salonlarında spor eğitimi almış yetkili kişiler bulunmalıdır.

Açık havuzlarda güneşlenme kısmı müşterinin rahatsız olmaması açısından, otel dışından görülmeyecek şekilde konumlandırılmalıdır. Kapalı havuz, gün ışığı almalı, alamıyor ise

havalandırma tesisatları ile havalanması sağlanmalıdır. Havuzlarda her türlü sağlık riskine karşı yetkili biri bulunmalıdır.

Baksetbol, tenis sahaları ve oyun salonları genellikle lüks ve büyük otellerde olup özellikle oyun salonları otellerin en çok gelir getiren mekanlarındandır. Tenis ve basket sahaları standartta olması gereken normları sağlamalıdır. Sahalarda oynanabilen sporların malzemeleri sahalara yakın konumlanmış bir mekanda bulunmalı, gerektiğinde kiralanabilmelidir. Sahalar havuz ve sağlık merkezlerinden uzakta ise bu mekanlar için de ayrıca soyunma odaları, duş ve tuvalet bulunmalıdır.

Rekreasyon tesislerinde soyunma odaları ve tuvaletler dışında müşteriye hizmet veren servis bölümleri de bulunmalıdır. Çamaşır deposu ve temizlik malzemelerinin bulunduğu depolar konumlanmalıdır.

Rekreasyon tesislerinin temiz ve hijyenik olması gerekmektedir. Özellikle havuzlar çok kişi tarafından kullanıldığı için gerekli bakımlar itina ile yapılmalıdır. Dekorasyonda aydınlık ve temiz bir mekan izlenimini hissettirmek için açık tonda renkler kullanılmalıdır.

Duvarlar kolay temizlenebilir ve darbeye dayanıklı olmalıdır. Yerlerde ise, ses emici özelliğinden dolayı halı tercih edilmeli, ıslak hacimlerde suya dayanıklı, kaymaz ve kolay temizlenebilen malzemeler kullanılmalıdır.

Salonlarda güvenliği sağlamak amacı ile mekanın kameralarla denetlenmelidir ve güvenliği sağlayan bir güvenlik merkezi bulunmalıdır.

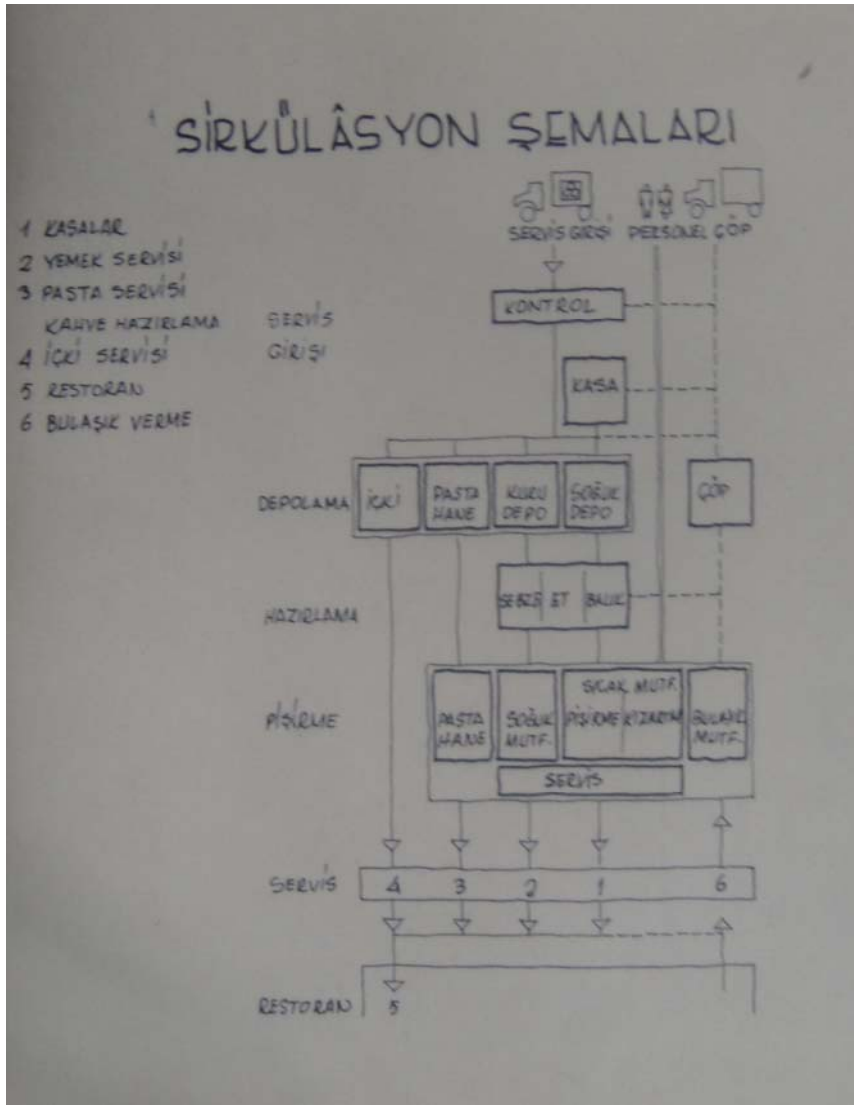
4.1.6 Sirkülasyon Alanları

Tasarımda yapı içinde olması gereken mekanlar tanımlanıp, birbiri ile işlevsel açıdan ilişkisi olan mekanlar arasında bağlantılar veya yakınlık ilişkisi kurularak mekan dağılımları yapılmaktadır. Bu mekanlar ve yapının katlarındaki diğer mekanların bağlantısı, sirkülasyon elemanları ile yapılmaktadır. Bu yüzden tasarımda sirkülasyon elemanlarının yeri oldukça önemlidir. Sirkülasyonu sağlayan elemanlardan koridorlar aynı kattaki mekanlar arası yatay sirkülasyonu sağlarken, merdivenler, yürüyen merdivenler ve asansörler katlar arası düşey

sirkülasyonu sağlamaktadır. Yapılarda her katta düşey sirkülasyonu sağlayan elemanlar ile tesisat açısından her katta alt alta konumlanması tercih edilen tuvaletler ve tesisat shaftları yapının çekirdeğini oluşturur. Yapı çekirdekleri yapının formu ve büyüklüğüne göre çoğalabilmektedir. Bu yüzden yapıyı çekirdeği ile birlikte çözümlenmelidir.

Sirkülasyon elemanlarının kullanım yoğunluğunun fazla olması sebebiyle otellerde de sirkülasyon alanlarının tasarımına önem verilmektedir.

Otel tasarımında müşteri ve çalışanların bir yerden bir yere minimum alan ve süre kaybı ile ulaşabilmeleri gerekmektedir. Özellikle personelin iyi hizmet verebilmesi için süre oldukça önemlidir.



Resim 13 Sirkülasyon Şeması (Doğu, O. ,1982)

Sirkülasyon planlamasında otelin formu ve büyüklüğü kadar, müşteri ve personel sayısı da tasarımı etkilemektedir. Mekanların dağılımına göre ulaşım yolları belirlenmeli ve bu yollar belirlenirken servis kolaylıkları, ulaşım mesafeleri, ulaşım hızı ve güvenlik faktörleri dikkate alınmalıdır.

Sirkülasyon elemanlarından müşteriye ait olan merdiven ve asansörler kullanıcının kolay algılayabileceği yerlerde konumlanmalıdır. Personellere ait sirkülasyon elemanları ise tam tersi müşterinin çok dikkatini çekmeyecek şekilde ayrı bir mekanda düşünülmelidir.

Katlar arasında müşteri, servis ve yangın merdiveni olmak üzere 3 adet merdiven, bir müşteri bir servis asansörü olmak üzere en az iki adet de asansör bulunmalıdır. Lüks otellerde alan imkan verdiği sürece, bagaj taşıma amacı ile bagaj asansörleri de bulunabilmelidir.

Merdivenler sirkülasyonu sağlamanın dışında gösteriş, dekoratif amaçlı da kullanılabilir. Merdivenlerdeki rıht yüksekliği, genişliği ve merdiven genişliği rahat kullanımı sağlayacak şekilde tasarlanmalıdır. Yine rahat kullanım için merdivenler sahanlıklı çözümlerdir. Ana merdiven müşterilerin kullandığı tüm katlara çıkmalıdır. Dışarıdan gelen müşteriler için eğlence ve aktivite mekanları varsa bu mekanlara çıkan ayrı bir merdiven düşünülmelidir. Basamaklar yıpranmaya dayanıklı, kaymaz ve ses yutucu malzemedir yapılmalıdır. Merdivenler iyi aydınlatılmalı, kullanıcının basamakları algılanması sağlanmalıdır.

Asansörler, katlar arasındaki düşey bağlantıyı sağlayan mekanik sirkülasyon araçlarıdır. Sayı ve büyüklüklerinin belirlenmesinde etkili olan dört ana kriterden söz edilebilir.

- 1) Nüfus
- 2) Trafik
- 3) Toplantı salonları ve genel faaliyet alanları
- 4) Otopark

Otellede en az bir asansör olması gerekmektedir. Kat sayısının onu geçmesi durumunda yapıda en az 2 adet asansör bulunmalıdır. İki veya üç asansörün düzenlenmesinde, asansörlerin yan yana konumlandırılması müşterinin asansörleri takibi açısından kolaylık sağlar. Kat sayısının fazla olmasına bağlı olarak artan asansörlerin kullanımında farklı çözümlere gidilebilmektedir. Otel kat sayısı fazla olduğu durumlarda, her asansör her kata çıkmamaktadır. Böylece kullanıcılar çıkmak istediği kata çıkan asansörü tercih

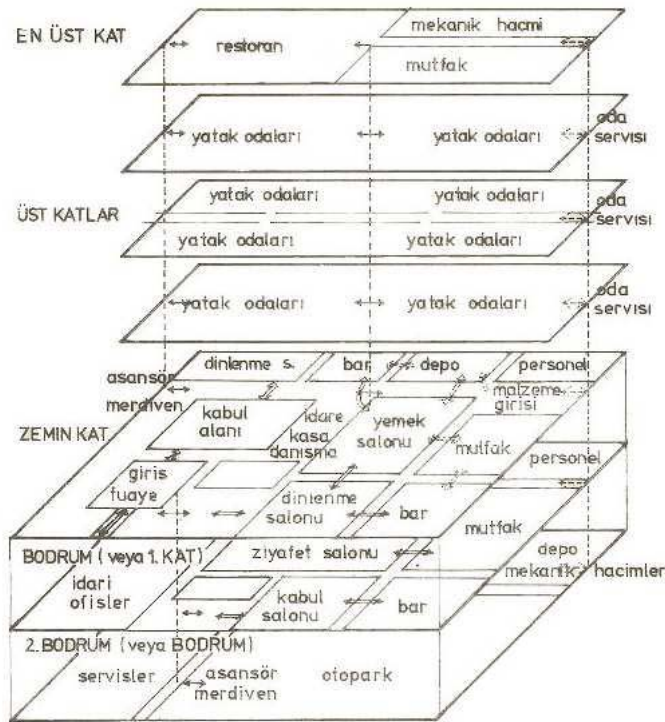
edebilmektedirler. Bu durum, hem asansörlerin kullanım yoğunluğunu azaltmış olup hem de süre açısından kullanıcıya kazanç sağlanmaktadır. Asansörün bekleme alanı, giriş katında ve yatak katlarında koridorların en az üç katı genişliğinde olmalı, bekleme için sirkülasyonu engellemeyecek şekilde sağlanmalıdır.

Asansörden sonra ulaşılabilecek en uzak mesafe maksimum 60 m olmalı, Optimum mesafe 45 m'dir. (Yolcu,E.,2006)

4.2 Yatak Katları

Yatak katları konaklama ve yatma işlevlerini sağlayan mekanlardır. Bu nedenle planlamada yatak kapasitesi ve oda tipi pazar analizleri ve verileriyle belirlenmektedir. Yatak katı, düzeni ve yatak sayısı otel gelir ve gideri açısından da önemlidir. (Beyazıt,N.)

Yatak odalarının otel içindeki konumu yapılan tasarıma göre değişiklik gösterebilmekte olup, genel olarak zemin kat ve gerektiği durumlarda üstündeki ilk bir kaç kat ortak kullanım alanlarına ayrılmakta, yatak katları ortak kullanım alanlarının üstünde yer almaktadır.



Şekil 6 Otel Kat Dağılımları (Beyazıt,N.)

Yatak katlarında otelin tasarımına bağlı olarak kral dairesi, suit odalar, yatak odaları, yine otelin tasarımına bağlı olarak engelli odaları, misafir asansörü ve servis asansörü hacimleri, , çamaşır deposu, yangın merdivenleri ve servis aktarımını sağlayan kat ofisleri bulunmaktadır.

Yatak katı sistemi fonksiyonel anlamda 3 gruba ayrılmaktadır (Yolcu, E., 2006)

1. Yatak katı
 - Yatak odası
2. Servis mekan ve araçları
 - Oda servisi
 - Temizlik odası
 - Çamaşır odası
 - Servis sirkülasyon mekan ve araçları
 - Servis merdiveni ve asansörü
3. Sirkülasyon mekanı ve araçları
 - Düşey sirkülasyon araçları
 - Asansör ve merdiven
 - Yatay sirkülasyon araçları(farklı tiplerde koridor sistemleri)
 - Yangın merdivenleri

Otel toplam alanının %65-85'ini oluşturan yatak katları, taşıdığı fonksiyonel anlamı açısından olduğu kadar boyutsal açıdan da farklı bir özelliğe sahiptir. Yatak katı plan şemasının alt gruplarının oluşumunda ilke, her yatak odasının kiraya verilen bir ana mekan olduğu düşüncesidir. (Yolcu, E., 2006)

Otel odasını kiralayan kullanıcıların ilk amacı konaklama olup, bu işlevi yerine getirebildiği yapıda başka arayışlar içerisine girmektedir. Genellikle kullanıcının otelde konaklama dışındaki amacı boş zamanları değerlendirmek ve hoş vakit geçirmektir.

Belirli kültür seviyesindeki insanlar için otel odası, alışkanlıkları çerçevesinde, biyolojik, psikolojik ve toplumsal ihtiyaçlarını giderme amacına hizmet etmektedir. (Özhisar,Ö., 1997)

Yatak odaları tasarlanırken düşünülmesi gerekli olan kullanıcıların bütün isteklerini en küçük alan içinde ve en ekonomik şartlarla karşılamaktır. Yatak odasında kullanıcı kendini evinde

olduğu gibi huzur içinde hissedebilmelidir. Bu nedenle birçok fonksiyonun bir arada bulunması gerekmektedir. (Sever, Ö.,2008)

Yatak odaları uyuma, giyinme, banyo yapma, oturma işlevine uygun, kullanıcının gereksinimlerini en uygun şekilde sağlayacak bir düzende olmalıdır. Bu işlevlerin arttırılması ya da daha konforlu yatak odası hizmeti sağlanması otelin işletme kriterlerine bağlıdır.



Resim 14 İstanbul Hyatt Regency Hotel kral dairesi yatak odası
(Kaynak: <http://istanbul.regency.hyatt.com/hyatt/hotels/index.jsp>)

Tesislerde turist başına geçirilecek gece sayısının, tesisin kapasite ve niteliği açısından önemi büyüktür. Bir gece kalınan bir tesisin sağlayacağı olanaklar ile on beş gece kalınacak bir tesisin sağlayacağı olanaklar, gerek yatak odaları, gerekse diğer tesis bölümleri açısından büyük farklar ortaya çıkarmaktadır.(Callender, J., Hancock, J.,1990)

Yatak katlarında bulunan özel durumlar dışındaki standart odalar yatak odası, banyo ve antre bölümlerinden oluşmaktadır. Yatak odalarında genel olarak bir adet çift kişilik veya iki adet tek kişilik yatak bulunmaktadır. Odanın kişi sayısı özelliğine göre bu durum değişmektedir. Yatakların yanlarında iki komodin, genellikle antre bölümünde gardrop, değerli eşya kasası, boy aynası, bir ya da iki adet tek kişilik koltuk, sehpa veya masa, makyaj ve / veya çalışma masası, bir adet sandalye ve / veya puf, bavulluk, minibar ve tv ünitesi bulunmaktadır.. Standart oda banyoları küvet veya duş kabini, klozet, lavabo tezgahı ve aynası ile aksesuarlardan oluşmaktadır.

Yatak katı plan tipini oluştururken amaç, kullanıcının yatak odalarına en uygun şekilde ulaşmasıdır. Bunun yanında yatak odalarının bir katta en uygun ve mali açıdan düşünüldüğünde en fonksiyonel biçimde yerleştirilmesidir. Plan yerleşimi yapılırken ıslak hacimlerin konumu tesisat açısından önemli olup bir tasarım sorunudur.

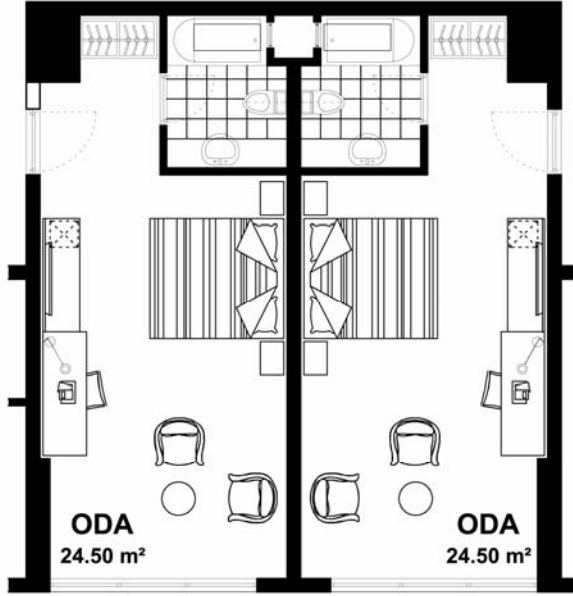
Yatak odası mekanının sağlanmasında seçilen yatak katı plan tipinin önemi kadar, alt mekanların doğru organizasyonu da önemlidir. Seçilen kat şemasındaki oda tip sayısı da belirlenmelidir. Böylece kattaki oda tipleri yatak katı tanımlarını ortaya çıkaracaktır. Bu tanım, kimi zaman kat başına yatak sayısı ile, kimi zamanda düşey sirkülasyonun konumu ile ya da koridorun tek yada çift yönde kullanımı ile yapılmaktadır. (Yolcu, E., 2006)

Otelin kapasitesine uygun, yönetimin ihtiyaç programında belirlediği oda sayısı ile yatak katı tipleri belirlenmektedir. Her yatak katı için aynı yada farklı oda tipolojisi oluşturulabilmektedir. Yatak katı tiplerinin belirlenmesinde en çok önem taşıyan başka bir olgu ise otel yapısının kütleli formudur. Yapının formu ve yatak kat tiplerine göre odaların formu, sayısı ve bitişik odaların yerleri ortaya çıkmaktadır.

Yatak kat plan tiplerinin oluşması ile odaların mekan sınırları da belirlenmiş olmaktadır. Bu mekan sınırları içerisinde odada bulunan işlevleri mekana yerleştirmek artık standartlaşmış olup, farklı çözümler az sayıda üretilmektedir. Farklı çözüm arayışları genellikle oda formunun farklılığından kaynaklanan değişiklikler olarak ifade edilebilir.

Günümüzde suit oda boyutları ve içerdiği ekipman listesine göre dört tipte ele alınır. (Yolcu,E.,2006)

1. Mini Suit
2. Junior Suit
3. Senior Suit
4. Extra Suit



Resim 15 Point Hotel Barbaros, Yatma alanı

Kaynak: Point Hotel, Barbaros

4.3 Yönetim Birimleri

İdari mekanlar, otelin yönetildiği, kararların, servis bölümlerine direktiflerin verildiği, personel organizasyonunun belirlendiği alandır. Otel müdürü, müdür yardımcısı, sekreterler, satış müdürü, muhasebe, personel servisi, satın alma, kontrol, kayıt gibi mekanlar, kendi içlerinde alt mekanlar içeren yönetsel birimlerdir. Ayrıca sağlık ve ilkyardımla ilgili mekanlar da bulunabilmektedir (www.frmt.com) Otel müşterilerinin kullandığı alanlar olmayıp, fonksiyonel yönü ile önde olan mekanlardır.

İdari mekanlar otelin büyüklüğüne ve hizmet anlayışına göre düzenlenmektedir. Yönetici odaları, sekreter odaları ve yönetime ait toplantı odaları genellikle lobi katında veya lobinin üstünde genel mekanlara ayrılmış katlarda konumlanmaktadır.

Yönetim dışındaki idari bürolar genellikle, ön büro ve ofisler olmak üzere iki bölüme ayrılmaktadır. Ön büro giriş katında resepsiyon ile ilişkili çözümlenmektedir. Resepsiyon ve santral ön büroya bağlı olarak çalışan birimlerdir. “Önbüro bir otelin aynasıdır. Otelde müşteriye yapılan hizmetler önbürodan başlar. Modern otelcilikte başarılı bir önbüro, başarılı bir otel demektir (“Sezgin 1970:15).

Ofisler ise kendi içinde departmanlara ayrılmaktadır. Yiyecek-içecek, satış - pazarlama, insan kaynakları ve eğitim, finans-muhasebe, kat hizmetleri, teknik ofis, bilgi işlem ve güvenlik birimleri idari ofisleri oluşturmaktadır.

Yiyecek-içecek departmanı genellikle bodrum katlarda, servis girişi, ana mutfak ve depolar ile ilişkili olacak şekilde düzenlenmektedir.

Satış ve pazarlama, insan kaynakları ve eğitim, finans - muhasebe departmanları mekan düzeni elverdiği takdirde yönetim ile ilişkide olacak şekilde lobi veya lobi üstü katlarda düzenlenmektedir.

Elverişsiz durumlarda ise bodrum katlarda düşünülmekte, bazı durumlarda ise yatak katlarının bölümünde yer almakta fakat tercih edilmemektedir.

Kat hizmetleri departmanı genellikle bodrum katlarda, çamaşırhane ve depolar ile ilişkide olacak şekilde konumlanmaktadır.

Teknik ofis ve bilgi işlem departmanları bodrum katlarda, teknik servis mekanları ile bağlantılı şekilde konumlanmaktadır.

Güvenlik görevlileri ana giriş, varsa diğer müşteri girişleri, servis girişi, otopark gibi otele giriş-çıkış yapılan mahallerde görev yapmaktadır. Güvenlik birimi odası ise yine bodrum katlarda diğer idari departmanların yanında konumlanmaktadır.

4.4 Servis Alanları

Servis mekanları, otel müşterilerinin kullanmadığı hatta müşterilerden tamamen ayrı düşünülmüş, otelde verilen hizmetlerin hazırlık alanlarının ve yapının teknik bölümlerinin bulunduğu, bunların yanında personellerin gereksinimlerini karşılayan alanlardır. Genellikle servis mekanlarının büyük bir bölümü bodrum katlarda konumlanmaktadır. Otelde servis girişleri genellikle ayrı düşünülmektedir. Özellikle otele malzeme giriş-çıkışlarında müşteriye rahatsız etmemek için ayrı giriş yapılması önemlidir.

Otellerde sunulan servisler, servis mekanlarının dağılımına etkilemektedir. Kat servisleri, yeme-içme servisi, çamaşır servisi, teknik servis ve otopark servisi sunulan hizmetleri kapsamaktadır. Bu hizmetlerin hazırlık alanlarının dışında, depo ve personel alanları da servis mekanlarının içinde bulunmaktadır.

Kat servisleri otellerin her katında olup yatak katlarında odalara hizmet verirken, toplantı salonlarının bulunduğu katlarda toplantı salonu ve fuaye alanlarına, rekreasyon tesislerinin bulunduğu katlarda da havuz,sauna, spor salonu gibi mekanlara hizmet vermektedir.Kat servisleri, otelin merkezi bir yerinde, merdiven ve asansörlere yakın yerlerde konumlanmalıdır. Servis asansörü, servis merdiveni, çamaşır odası, personel odası gibi gereksinime göre değişebilen hacimleri içermektedir. Örneğin yatak katlarında yatak örtüleri, yastık kılıfları depolanırken, toplantı salonlarında masa örtüleri depolanmaktadır.

Yeme-içme servisi, otelin en önemli ve en yoğun servis mekanlarından biridir. Otelde bulunan yeme-içme mekanlarının büyüklüğüne ve sayısına göre ana mutfağın alanı belirlenmektedir. Genellikle mutfak otelin bodrum katında konumlanmaktadır. Mutfak otellerin en önemli bölümünü oluşturmaktadır. Mutfağın oteldeki konumu ve işlevsel açıdan mutfağın iç tasarımı en uygun şekilde çözümlenmelidir. Otel içindeki yeme-içme mekanlarına mesafesi ve mutfak içinde yer alan ünitelerin iyi bir şekilde düzenlenmesi, yeme-içme mekanlarının işlevinde çeşitli aksaklıkların meydana gelmesini engellemektedir.

Yeme-içme mekanlarının genel servis saatleri belirgindir. Sabahları kahvaltı hazırlığının yapılması, öğle ve akşam yemeklerinde ise açık büfe hazırlığı yapılabildiği gibi alakart servis de hazırlanabilmektedir. Genellikle yeme-içme mekanları ile mutfak aynı katta planlanmaktadır. Farklı mekanlarda bulunan aparatif yeme-içme servisi için ana mutfak dışında da küçük servis mekanları düzenlenmelidir.

Yeme-içme servisleri; malzeme, kontrol ve tartı yeri, yiyecek depoları, hazırlık yerleri, ana mutfak, fırın, kahvaltı mutfağı, bulaşık kısmı, garson yolu ve personel yemek salonlarını içeren servis kısmıdır. (Yolcu,E.,2006)

Çamaşır servisleri çamaşırılar otelde yıkanacak ise,genellikle bodrum katında servis girişini katlara bağlayan servis merdiven ve asansörü yanında planlanır. (Doğu,O.,1982) Çamaşırın

otel dışında yıkanarak çözümlenmesi durumunda çamaşırlar, servis asansörleri ile servis girişine ulaştırılıp, çamaşırların giriş-çıkışı müşterinin görmeyeceği şekilde düzenlenmektedir.

Teknik servisler, en alt bodrum katta düzenlenmektedir. Elektrik panolarının bulunduğu elektrik ve sistem odaları, jeneratör odası, kazan dairesi ya da kombi odası, su depolarının ve diğer teknik sistem malzemelerinin bulunduğu teknik odalar teknik servis mekanlarıdır. Bu mekanlara personel dışında girilmesi tehlikeli ve yasaktır. Teknik servis mekanlarında, jeneratör ve diğer teknik aletlerin seslerinin ve yüksek ısının yukarı çıkmaması için yalıtım yapılması gerekmektedir. Teknik hacim mekanlarının kapıları da yangına karşı dayanıklı olmalıdır. Mekanlarda kullanılan yer, duvar ve tavan malzemeleri de yangına ve darbeye dayanıklı malzemeler olmalıdır. Özellikle elektrik odalarında su basma durumunda elektrik kaçağı tehlikesi göz önüne alınarak yükseltilmiş döşeme kullanılması düşünülmelidir.

Otopark servis mekanlarının, artan talep doğrultusunda çevresel ihtiyaçlara da cevap verecek kapasitede tasarlanması istenir. Beş yıldızlı otellerde oda sayısının %25 i, dört yıldızlı otellerde %20 si park yeri olarak ayrılmak zorundadır. Otopark bulundurmeyen otellerin ise, yakın çevrede otopark kiralaması gerekmektedir.

Tüm hizmet mekanlarının yanında, personele ait mekanları da “servis alanları”nın içinde çözmek gerekmektedir. Personel mekanları da diğer servis mekanları gibi bodrum katlarda konumlanmaktadır. Personele ait yemekhane, soyunma odaları ve tuvaletler genellikle birbirine yakın çözümlenmektedir.

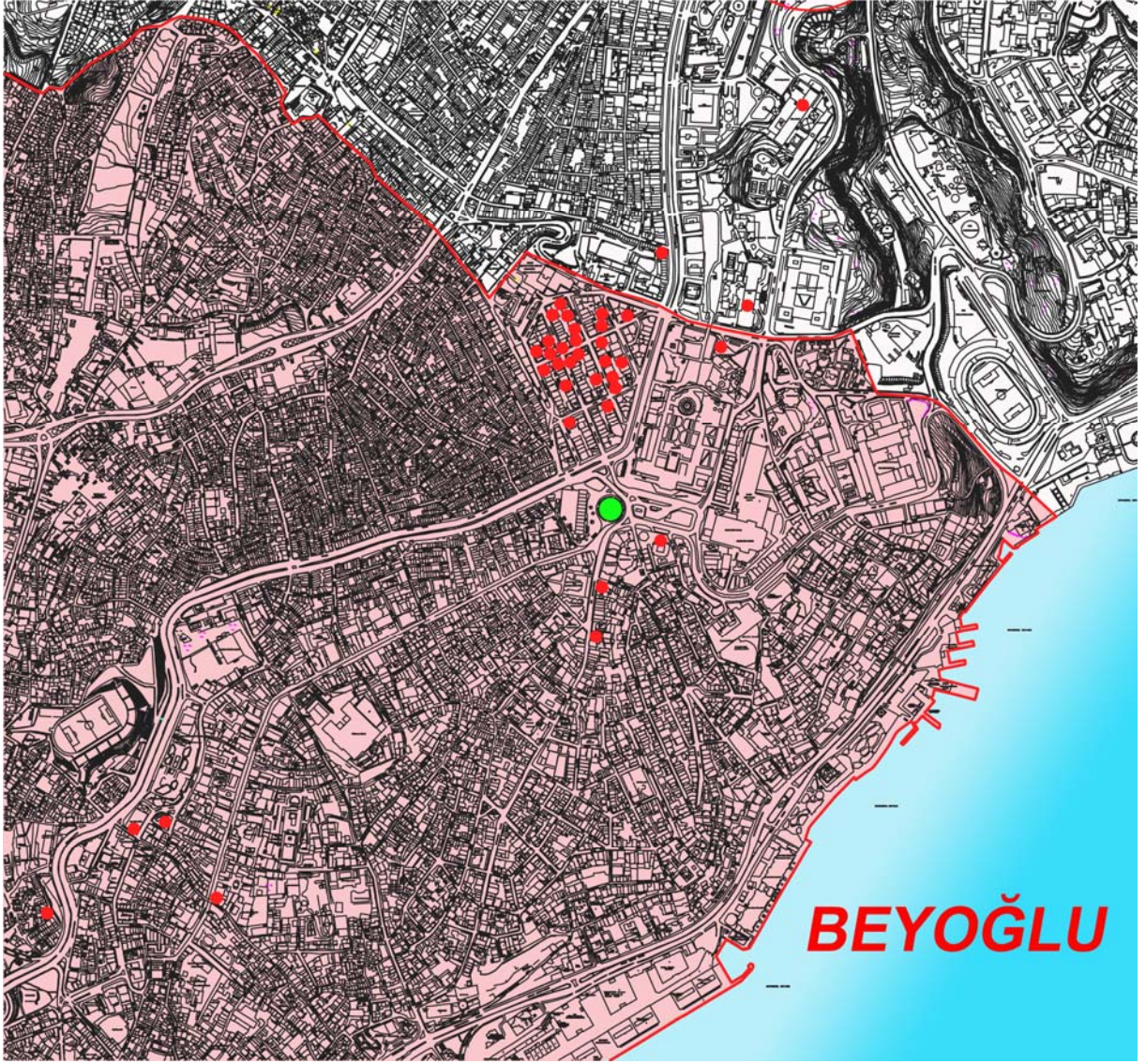
Sıcak, soğuk yeme-içme depoları ve otelin gereksinimlerine bağlı olarak sayısı değişebilen malzeme depoları da servis alanları içinde çözümlenmekte olup bodrum kattadırlar. Yeme-içme depoları ana mutfağa yakın konumlanmaktadır. Ayrıca kat servislerinde de küçük malzeme depoları bulunmaktadır.

5. ÇALIŞMA ALANI :TALİMHANE BÖLGESİ

5.1 Çalışma Alanının Seçimi,Tanımı ve Yöntemi

İstanbul her anlamda oldukça farklı bir şehir olup kültürü, tarihi, doğal güzellikleri ve sahip olduğu değerleri ile kelimenin gerçek anlamıyla bir dünya şehri niteliğindedir. İstanbul'un kendine özgü bir kent karakterinin olması ve farklı bir duruşu olması özellikle turizm sektöründe kendini göstermesini sağlamaktadır. Bu özellikleri ile yarattığı etki, İstanbul'un müşteri yelpazesini genişletmektedir.

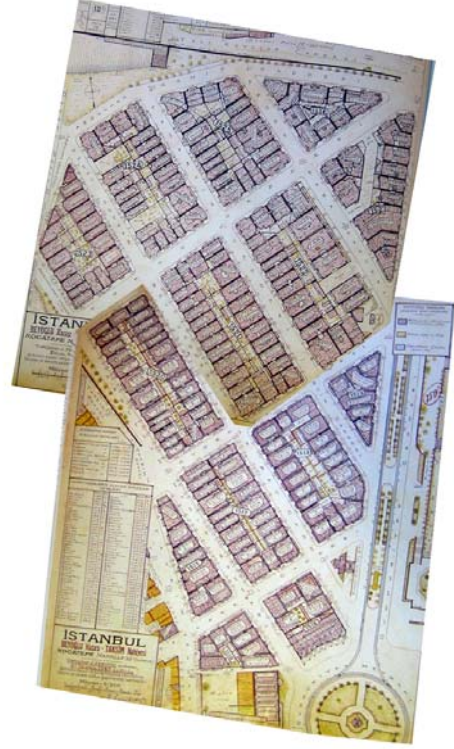
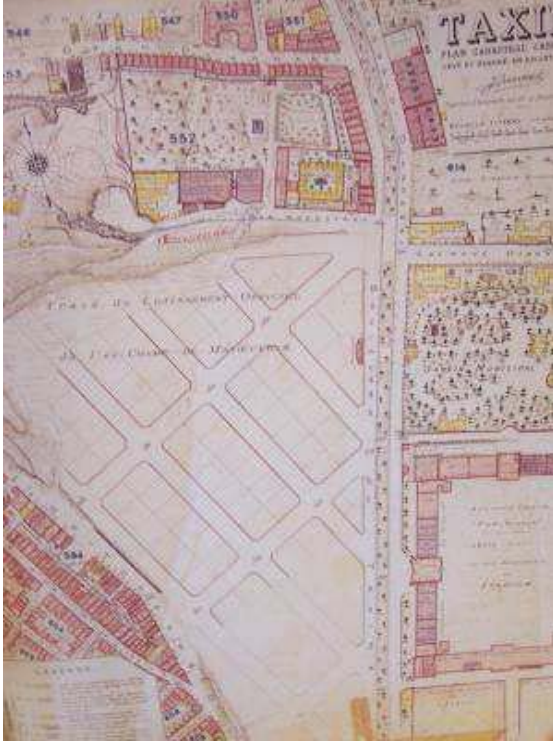
Gelişen dünya içinde kongre sayıları ve bu kongrelere katılım durumu artmakta, kongre turizmi dünyada kendini belirgin bir şekilde hissettirmektedir. Kongre turizminin hızını arttırdığı bu dönemlerde İstanbul da kendine düşen payı değerlendirme çabasındadır. Bu gelişim sürecinde en önemli atılımları kent otelleri yapmaktadır. Kongre turizminde katılımcı sayısı yapılan kongrenin büyüklüğüne bağlı olarak değişim göstermekte olup kent otellerini en çok etkileyen kriterler arasında yatak kapasiteleri bulunmaktadır. İstanbul'un kongre vadisi olarak adlandırılan Taksim-Harbiye Bölgesi'ne yakınlığı ile Talimhane Bölgesi oldukça önem kazanmıştır. Talimhane Bölgesi'nin turizm alanı seçilerek kentsel dönüşüm içine girmesi otel işletmelerinin de kendilerini yenilemelerini gerektirmiş özellikle yatak kapasitelerini ve toplantı salonlarının sayılarını arttırarak yeniliklerle dönüşüm projesine katkıda bulunmuşlardır. Bu nedenlerle çalışma alanı olarak Talimhane Bölgesi'nin seçilmiştir.



Şekil 7 Beyoğlu Belediye sınırları içindeki ve dışındaki 200 yatak kapasitesi ve üstündeki oteller (Bircan Gökdağ tarafından şemalaştırılmıştır.)

5.2 Talimhane'nin Konumu, Tarihsel Süreci ve Yapı Karakteri

Talimhane; İstanbul'un Beyoğlu ilçesinde, Taksim Cumhuriyet Meydanının kuzeyinde, Cumhuriyet ve Tarlabası caddelerinin birleştiği noktada, turizm merkezi olarak turistlerin kullanıma açılan bir bölgedir.



Resim 16 Talimhane Pervitich Haritası

Kaynak: Yıldız Teknik Üniversitesi Kütüphanesi

“Adını, Osmanlı Dönemi’nde bugünkü Taksim Gezi Parkı olan Topçu Kışlası’ndaki askerlerin talim yaptığı alandan alır. Talimhane, Osmanlı döneminde Rus ve Hint mimarisinin en nitelikli örneklerinden biri olarak inşa edilen kışlanın askeri talim bölgesi olarak kullanılmıştır. (Akın, 2005:84) “1900’lü yılların başlarında mütareke dolayısıyla bu işlevini kaybeden yapılar, 1921 yılında Sait Çelebi’nin futbol sahası olarak düzenlenmiştir. Bu statta, sadece futbol maçları değil, güreş, boks, bisiklet, binicilik ve halat çekme karşılaşmaları ile sirk ve lunaparklar da düzenlenmiştir. O dönemin en önemli milli maçlarının bu kışlada oynandığına dair belgeler mevcuttur. “(Koçdemir,E . 2006)



74 1930'lar Talim Yeri'nde yeni yükselmekte olan apartmanlar

Resim 17 1930'lar Talimhane'de yeni yükselmekte olan apartmanlar
Kaynak: Taksim: Bir Meydanın Hikayesi, Çelik Gülersoy 1986

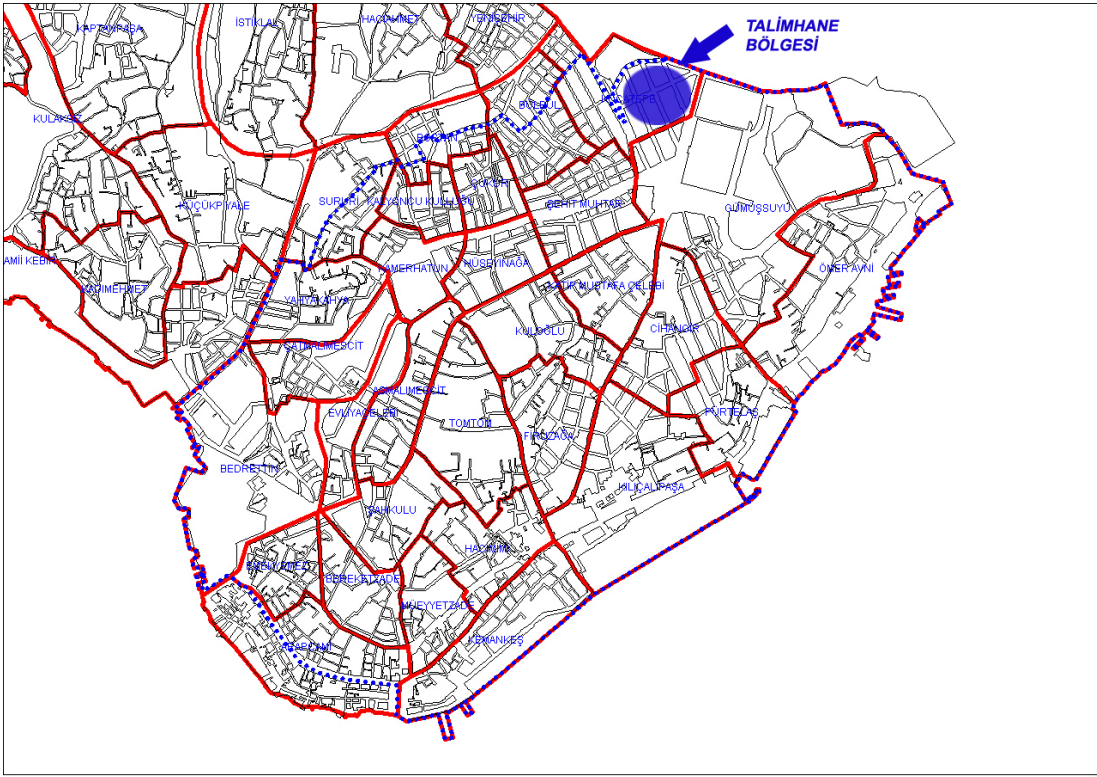


75 1950'lerde Talimhane

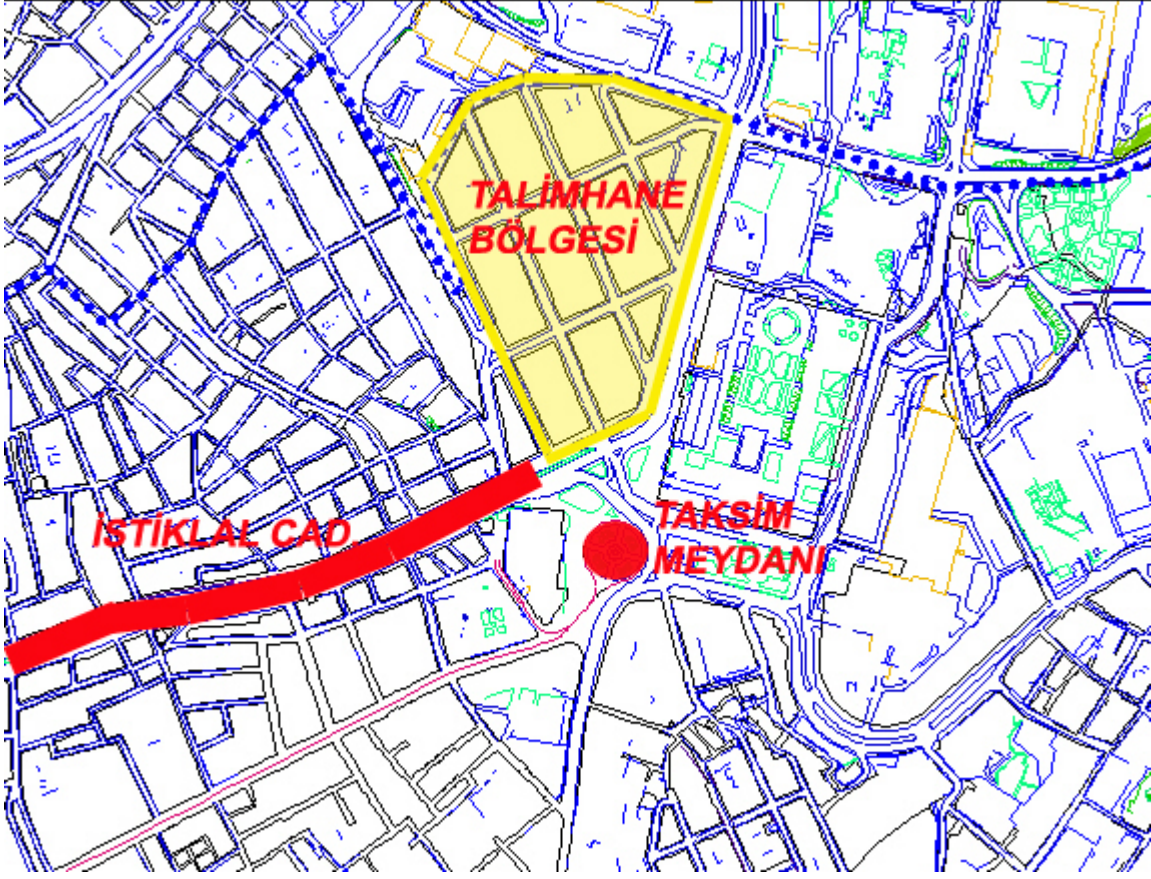
Resim 18 1950'lerde Talimhane
Kaynak: Taksim: Bir Meydanın Hikayesi, Çelik Gülersoy 1986



Resim 19 Talimhane, Şehit Muhtar Caddesi, 1986
Kaynak: Taksim: Bir Meydanın Hikayesi, Çelik Gülersoy 1986



Şekil 8 Talimhane'nin İstanbul'daki Konumu
(Bircan Gökdağ tarafından şemalaştırılmıştır.)



Şekil 9 Talimhane ve Yakın Çevresi
(Bircan Gökdağ tarafından şemalaştırılmıştır.)

“1930’larda bölge, kentin hareketli ve eğlenceyi barındıran bir bölgesi haline gelmiştir. İlk modernist yapılardan biri olan Taksim Kristal Gazinosu bu bölgenin çevresinde yapılmıştır. 1938 yılında modern bir kent planlaması için ülkeye davet edilen Henri Prost, Topçu Kışlası’nın yıkılmasını da içeren önemli müdahalelere imza atmıştır.” (Akın, 2005:84) Bunlardan biri de Taksim Meydanı’nda bulunan bu tarihi eser niteliğindeki kışlanın yıkılması ve yerine bu günkü gezi parkının yapılmasıdır. “1925 tarihli ve 1/1000 ölçekli haritalarda belirli yol genişliğiyle ayrılmış 6-7 yapı adası görülen boş alan, kışlanın yıkılıp Gezi Parkı yapılmasıyla dönemin Art Deco üslubunu sergileyen apartmanlar ile konut yerleşimine dönüşmüştür.” (Akın, 2005:84) Bölge böylelikle yeni imar hareketlerine sahne olmuş ve Talimhane bölgesi de bir talim alanı olmaktan çıkıp apartmanlaşmaya başlamıştır. Başlangıçta bir konut alanı görünümüne sahipken, Taksim meydanının konumsal nitelikleri ve sosyal yaşama olan etkisi dolayısıyla zaman içinde bir çok ticarethaneye de ev sahipliği yapmaya başlamıştır.

Böylece eski talim yerinde, İstanbul'un planlı ve sağlıklı ilk yerleşim semti yükselmiştir. Bu dönemde, geniş yolların iki yanında yükselen apartmanlar en çok beş katlıdır. Bütün

apartmanların arkasında plan gereği bahçecikler, bir dikdörtgen biçiminde birleşip geniş yeşil alanlar oluşturmaktadır. (Arpad, 1988) Günümüzün Talimhane semti ilk bu dönemlerde oluşum göstermiştir. Talimhane'deki Art Deco üslubundaki apartmanlar, İstanbul'daki apartman mimarlığının ilk önemli ve nitelikli örnekleri arasındadır. (Akın, 2005:84).

Talimhane öylesine düzenli bir İstanbul semti olmuştur ki, halıların açık havada temizlenmesi belirli bir günle sınırlandırılmıştır. (Arpad, 1988)

“Talimhane dokusunun oluşturan yapılar, birbirini dik açılarla kesen geniş parseller üzerinde yükselmektedir. Bu yapıların bazıları Cumhuriyet Dönemi mimarlığının önemli isimlerinin eserlerindedir: 1933 yılında Cumhuriyet Caddesi'nde Nihat Vedat (Tek) tarafından tasarlanan Pertev apartmanı Art Deco'nun seçkin örneklerinden biridir. Bölgenin modernist karakterinin örnekleri olan Cumhuriyet Caddesi'ndeki Ceylan Apartmanı 1933 yılında Sedat Hakkı Eldem, Doğu Apartmanı ise 1940 yılında Rebiî Gorbon ve Mustafa Can tarafından tasarlanmıştır.” (Omay Polat, Polat, 2006) Ayhan Apartmanı 1934-1935 yılları arasında Seyfi Arkan tarafından tasarlanmıştır. (Omay Polat, Polat, 2006) Art Deco üslubunu yansıtan Talimhane'deki bir başka yapı ise Kahya oğlu Nazif tarafından yapılan Ege Apartmanıdır. (Gülbahar,I.,1995)

1930 Döneminin modernist yaşamı ülkemizde bu dönemde inşa edilmiş diğer art deco üslubundaki konutlara da yansımıştır. Yeni yaşam tarzının benimsenmesi ile konut tasarımlarında misafir odasının konutta ayrı kapısı olması, hizmetçiler için ayrı bir servis odasının varlığı, salonların sokağa geometrik çıkmalar vermesi, apartman içlerinde oluşturulan şaftlar ile kapıcının dairelere hizmet vermesi, çamaşırların ayrı bir katta yıkanıp kullanıma hazır hale getirilmesi gibi plansal ve işlevsel benzerliklere gidilmiştir. (Batur, 1994:449)

Art Deco üslubu, mimarlık alanında kendini planlarda değil, cephede göstermiştir. Apartmanlar daha çok elit kesime yönelik olduğu için geniş katlar içermektedirler. Bir veya iki salona sahip yapılar, incelendiği kadarıyla en az üç odayla tasarlanmışlardır. Çoğu örnekte çatı parapetleri hareketlidir. Bezeme, Art Deco yapıları için vazgeçilmez olup Talimhane Bölgesi 'nde bulunan yapılarda da kendini göstermiştir. Bezemeler ağırlıklı olarak geometrik motifler içerse de, stilize edilmiş çiçeklerle oluşturulmuş olanları da vardır. (Gülbahar,I.,1995)

“1930–55 yılları arasında kentin en gözde semtlerinden biri olan Talimhane, 6-7 Eylül 1955 olaylarından sonra göçle gelen alt gelir grubunun bölgenin kullanıcı kimliğini oluşturmasıyla özgün kullanıcılarının bir bölümünü kaybetmiştir.” (Akın, 2005:84, Polat, 2006) 1970-80 arasında Talimhane bölge oto yedek parçacıları gibi işlev değişimleri ile nitelik kaybına uğramıştır. (Akın, 2005:85) 1986 yılında Tarlabası Bulvarı'nın açılması amacıyla hızlı bir biçimde gerçekleşen yıkımlar Talimhane'yi de önemli ölçüde etkilemiştir. 1988 tarihinde bulvarın açılmasıyla bölgenin güney kısmındaki iki ada yok olmuş ve Talimhane'yi İstiklal Caddesi'nden keskin bir biçimde ayırmıştır. İstiklal caddesi prestij kazanırken bu dönemde Tarlabası ve Talimhane çöküntü bölgesi haline gelmiştir. (Akın, 2005:85) Bölgedeki sosyal bozulma yerel yönetimlerin dikkatini çekmiş ve alandaki bozulmanın önüne geçmeye yönelik girişimler ile Talimhane Bölgesi'nde 1990'lı yıllardan itibaren turizm amaçlı yapılanma görülmektedir. 1994 yılında “Oteller Bölgesi” olarak Bakanlar Kurulu kararı ile ilan edilmiştir. Oteller bölgesi ilan edilmesi bazı kaynaklarda 1987 yılında olduğunu ifade etmektedir. Turizm merkezi olması için yapılan çalışmalar günümüzde yoğun bir şekilde devam etmektedir.

İstanbul 1 Numaralı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu'nun 15.12.1999 tarihli ve 11437 sayılı kararı ile kentsel sit alanı*' ilan edilmiştir.

Bu kararlardan sonra bölgede turizm işlevleri çoğalmaya başlamıştır. Ancak dönüşümün sosyal, ekonomik ve çevresel bileşenlerini bütüncül bir yaklaşımla ele almaktan uzak olan bu çaba birçok aksayan yön ortaya çıkarmıştır. (Koçdemir,E . 2006)

“Özgün parselasyonu ve mimari kimliğini yitirmeye başlamasıyla Talimhane'yi oluşturan 12 yapı adası için, 1999 yılında 1 Numaralı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu bölgedeki bazı yapıların 662 sayılı ilke kararında tanımlanan “Erken Cumhuriyet dönemi yapıları” niteliği taşımaları ve 663 sayılı ilke kararı uyarınca tek parsel ölçeğinde karar alınmadan önce bütünlüğü verecek yapı adası ve sokak ölçeğinde alanın tescil edilmesi kararı alınmıştır.” (Omay Polat, 2006)

Projenin gerçek anlamda hayata geçirilmesi 2004 yılında Türkiye de gerçekleştirilen ve İstanbul'un ev sahipliği yaptığı NATO zirvesinin hazırlıkları kapsamında tamamlanmıştır.

Kongre turizmüne hizmet veren ilk otellerin inşası da 2004 yılında “Talimhane Bölgesi Yayalaştırma Projesi'nin turizmi ön plana çıkaran yeniden işlevlendirilmesi ile artmıştır.

Talimhane’de elektrik, su, doğalgaz gibi altyapı inşaatı, sert zemin kaplamaları, aydınlatma (İstiklal Caddesi’ndeki gibi katenar sistem denilen direksiz aydınlatma) ve çevre düzenleme çalışmaları yapılmıştır. İhtiyaç durumunda kazı yapılmadan altyapı değişikliğini sağlayan, bos boru uygulaması gerçekleştirilmiştir. Ayrıca bölgedeki yapı cephe düzenlemeleri, yenileme ve temizlikleri yapılmıştır. Bölgede 30’a yakın otel bulunmaktadır. (2004 tarihli tespit çalışmasına göre 27 otel bulunmaktadır. Bunlardan 1’i 5 yıldızlı, 12’si 4 yıldızlı, 2’si butik, 2’si 3 yıldızlıdır. Günümüzde ise artan konaklama hizmeti ile 6000 yatak kapasitesini aşmıştır. (Bayındır, T., www.turizmdebusabah.com)

5.3 Talimhane’de Turizmin Gelişimi

İstanbul’un kalbi kabul edilen Taksim’in göbeğinde olmasına rağmen bugüne kadar unutilan ve ihmal edilen Talimhane, İstanbul’un ilk planlı yerleşim alanlarından biridir. 1930’larda kentin ilk apartmanlarının dikilmeye başlandığı bölge, daha önceleri şimdiki Gezi Parkı’nın olduğu yerde bulunan askeri kışlanın talim alanı olarak kullanılmıştır. Kışla kaldırılınca da Talimhane bölgesi yerleşim alanı olarak planlanmıştır. O günden bugüne yüzlerce insana ev sahipliği yapan semtte, Taksim’in göbeğinde yer alması nedeniyle birçok işyeri de açılmıştır. Ama zamanla bölge eski ihtişamını kaybetmiş ve benzerine zor rastlanır apartmanlar tabela kirliliği arasında göze çarpmaz olmuştur. (www.arsiv.sabah.com.tr)

Talimhane Bölgesi’nin 1950’lerdeki dönüşümü önce sosyal, sonra fiziksel alanda gerçekleşmiştir. Bu dönemde Beyoğlu genelinde gözlenen fiziksel değişim ve bakımsızlık, güvenliğin azalması bölgenin kimliğini büyük ölçüde değiştirmiştir. İstiklal Caddesi aksının ve çevresinin kamusal yapısını belirleyen yeni kullanıcı kimliğini, 1950’lerden itibaren ve 6-7 Eylül olaylarının ardından 1980’lerin sonuna dek ağırlıklı olarak göçle gelen alt gelir grupları oluşturmaktadır. Sosyal değişimin yaşandığı konut bölgesinde özgün konut işlevi tamamen yok olmamış, ancak fiziksel mekandaki değişim etkilerini göstermeye başlamıştır. Özgün kullanıcıyı yitiren konutlar alt gelir grupları tarafından kullanılmaya başlanmış; zemin katlardaki, bölgeye ait olmayan yoğun ticari faaliyetler binaları olumsuz yönde etkilemiştir.

Dalan Dönemi’nde Tarlabası yıkımlarının ardından 1988 yılında Tarlabası Bulvarı’nın açılması Talimhane bölgesinin meydanla ve Beyoğlu ile ilişkisini koparmıştır. İstiklal Caddesi’nin prestijinin iade edilmesi çalışmalarının sürdüğü bu dönem, Tarlabası ve

Talimhane'nin çöküntü bölgesi olmaya aday olduğu dönemdir. 1980'lerin sonunda, konut alanı işlevi yerini ticaretin yanı sıra turizm faaliyetine terk etmeye başlamıştır.

Menderes ve Dalan dönemlerinde yaşanan bu dönüşümler ve bölgenin 1990'lı yıllarda turizm ağırlıklı kullanımıyla mevcut otellerin sayısı arttırmıştır. Kongre turizmine hizmet veren ilk otellerin inşası, 2004 yılında gerçekleştirilen "Talimhane Bölgesi Yayalaştırma Projesi"nin turizmi ön plana çıkaran yeniden işlevlendirmesi ile artmıştır.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve Beyoğlu Belediyesi tarafından 2004 yılında gerçekleştirilen proje konutların hızla otel ya da işyeri olarak içerik ve kabuk değiştirdiği bir süreçtir. Amaçlanan, Talimhane'nin turizmin hizmetine teslim edilmesidir. Trafığe kapatılan yolların yenilenmesi, ışıklandırma, güvenlik ekipleri ve sokak etkinlikleri projenin olumlu yönlerini desteklerken, 20. yüzyıl konut dokusu yerine steril bir turizm merkezinin çehresini şekillendirmeye başlamıştır.

5.3.1 Talimhane'nin İlk Otelleri

1950'lerden 1980'lere kadar devam eden göç olaylarının büyük etkileri sonucu çöküntü bölgesi haline gelen Talimhane'nin ilk oteli 1966 yılında kurulan Hotel Avrupa'dır.

Hotel Avrupa Talimhane'nin Topçu Caddesi'nde yer almaktadır. Otelin açıldığı dönemler Talimhane'nin en sıkıntılı dönemleri olup ancak Talimhane turizm alanı ilan edildikten sonra rahatlama dönemi söz konusudur. Hotel Avrupa Talimhane'nin en kötü dönemlerine denk gelmesine rağmen günümüzde hala işlevini sürdürmektedir. Fakat yeni açılan, son teknolojilerin bulunduğu otellerin yanında daha sönük kalmaktadır.

Hotel Avrupa'dan sonra eldeki verilere göre uzun yıllar yeni bir otel yapısı açılmamıştır. 1966 sonrasında 1980'lere kadar yedek parçacıların yoğunlukta olduğu Talimhane turizm adına gelişim gösterememiştir. 1980'lerin sonunda açılan Eresin Otel Talimhane'nin ikinci oteli olup, Talimhane'ye yeni bir hava getirmiştir. Eresin Otel 1986 yılında kurulmuş olup günümüzde de otel işlevine devam etmektedir. Talimhane'nin turizm alanı seçilmesi ile tamamen değişim geçirmesi bölgeyi geliştirmiş ve konaklama olarak en çok tercih edilen bölgelerden biri yapmıştır. Böyle bir bölgede konumlanan Eresin de gelişime ayak uydurmuş ve hala büyük bir müşteri potansiyeline hizmet vermektedir. 2004 yılında uygulanan kentsel dönüşümden sonra, bu dönüşüme katkıda bulunan ve kendi yenileyen oteller arasında Eresin

Otel de vardır. Otel 2006 yılında yenilenmiş olup ek bina ile aynı bünye içerisinde Eresin Premier adında ikinci bir otel ile hizmet vermeye başlamıştır. Eresin Taksim&Eresin Premier Otel 4+ yıldızlı olup toplamda 137 oda, 288 yatak kapasitesine sahiptir. Yenilemeyi gerçekleştiren mimar otel işletmesi tarafından verilen bilgiye göre Nuri Çağ'dır.

2006'dan bu yana özellikle kongre turizminin de gelişmesiyle oldukça talep gören Talimhane'nin en iyi otelleri arasında bulunan otel, yapmış olduğu yenilemenin olumlu etkilerini görmektedir.

Talimhane'nin konumunun Taksim'e yakın olması aslında çöküntü bölgesi haline gelmesine bile engel olması gereken bir öneme sahip olup, ihmalsizlik sonucunda ortaya çıkan bozulmanın düzelmesinde çok büyük payı bulunmaktadır. Yavaş yavaş kendini toplayan Talimhane'nin Eresin Otelin hemen ardından açılan otel ise Eresin Taksim'dir.

5.3.2 Talimhane'de Turizm Türleri

İlk bölümde yapmış olduğumuz turizm kavramını tanımını tekrar edersek; turizm, insanların belli bir süre zarfında, yaşadıkları yerin dışında, farklı yerler görme, farklı kültürler öğrenme arzusu ile yaptıkları ve eğlence, iş, sağlık gibi farklı amaçlarla yaptıkları seyahatleri, bu seyahatler sırasında konaklama, yeme-içme, alış-veriş gibi faydalanılan hizmetleri, yapılan harcamaları, hizmet sunan kişi, kurum ve kuruluşları ifade eden bir hizmet sektörüdür.

Turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve politik yönleri düşünüldüğünde Talimhane gibi turizm bölgelerinin İstanbul ve Türkiye'ye katkı sağladığı ve faydaları olduğu, katkı sağladığı kadar, yanlış düzen ve anlayışta da önemli derecede zararları olabileceği bilinmektedir. Ayrıca turizm sektörünün uluslararası kulvarda hizmet sunması bu sektörün önemini arttıran başka bir unsurdur.

Son dönemlerde ekonomik zorlukların etkili olması birçok sektör gibi turizmi de etkilemiştir. Buna bağlı olarak turizmi canlı tutabilmek için farklı arayışlara gidilmiştir. Turizmi tüm aylara yayma politikası ve turizmde oldukça yaygın olan kitle turizminin ülke ve bölgeler üzerindeki olumsuz etkilerinin saptanması ile farklı turizm alternatifleri ortaya çıkmaya

başlamıştır. Günümüzde her bölgenin kimliğine ve özelliklerine bağlı olarak turizm çeşitlenmiştir. Turizm çeşitlerinin gelişmesi sektörü de hareketlendirmiştir.

İstanbul kimliği, tarihsel özellikleri ve stratejik konumu ile turizm açısından oldukça geniş yelpazesi olan bir şehirdir. Bu şehrin içinde turizm alanı olarak ifade edilen bölgelerde de bölgenin özelliklerine bağlı olarak farklı turizm çeşitleri gelişmiş ve oteller amaç edindiği turizm türlerine yönelik hizmetler vermeye başlamıştır.

Talimhane oteller bölgesi olarak turizm sektörünü içinde barındıran en önemli bölgelerdendir. Bölgenin tarihi dokusu, şehir merkezinin içinde olması, ulaşım kolaylığı ve en önemlisi İstanbul'un kalbi olarak da ifade edilen Taksim'e olan yakınlığı ile kongre vadisine olan yakınlığı turizmin en hareketli yaşandığı bölgelerden olmasını sağlamıştır. Bu özelliklerin etkisiyle gelişen turizm çeşitleri Talimhane'nin daha tanımlı bir hizmet sunmasına olanak vermiştir. Talimhane'de özellikle gelişen iki turizm çeşidi bulunmaktadır. Bunlardan biri kültürel ve eğlenme amaçlı gelen turistlere yönelik gelişen kent turizmidir. Diğeri ise kongre vadisine ve havaalanına yakınlığı ile kongre turizmi, yine havalanına yakınlığı ve şehir merkezinde olma özelliği ile aynı kategoride düşünülen iş turizmidir. Özellikle gün içinde Talimhane otellerinde eğitimlere gelen ya da kongreye gelen iş adamlarının gün sonu rahatlamak, eğlenmek ve dinlenmek için gittikleri Taksim'e yürüme mesafesinde olması, Nişantaşı ,Beşiktaş, Levent gibi gelişmiş semtlere ulaşım rahatlığının olması Talimhane'nin tercih edilmesinde önemli etkenlerdir.

Talimhane otelleri bu gelişen turizm türlerine hizmet sunmak adına özellikle kentsel dönüşüm projesinin uygulanmasından sonra kendilerini geliştirmiş, business olarak ifade edilen iş sektörüne ve gezmek,dinlenmek için gelen turiste yönelik düzenlemelere gitmiştir.

Talimhane otellerinin geneline baktığımızda hemen hemen hepsinde eğitim ve seminerler verilebilen projektörlerin, prizlerin bulunduğu toplantı odaları, bilgisayarların ve internetin bulunduğu business center olarak adlandırılan özel odalar, ortak kullanım alanlarında ve odalarda faydalanabilecekleri internet ağı gibi teknolojik tüm donanımlar hizmete sunulmuş olup özellikle iş adamlarına kullanım rahatlığı sağlanmıştır. Ayrıca fitness, sauna, masaj, hamam gibi sağlık merkezlerinin bulunması da hem turistler için hem de gün sonu dinlenmek isteyen iş adamları için önemli hizmet bölümleridir.

5.3.3 Mevcut Oteller ve Özellikleri

Talimhane Topçu, Aydede, Recep Paşa, Lamartin ve Şehit Muhtar caddeleri olmak üzere toplam 5 caddeyi içerisinde barındıran, 12 yapı adasına sahip, yaklaşık 25 bin metrekarelik bir alan üzerine kurulu Beyoğlu'nun semtlerinden biridir.

İstanbul'un ilk mahallesi olma özelliğine sahip olan Talimhane'de 50'li yıllara kadar süren mahalle hayatı, oto yedek parça dükkanlarının açılması ile yavaş yavaş Nişantaşı, Şişli gibi yakın bölgelere doğru kaymaya başlamıştır. O günlerde Talimhane'deki mahalle hayatı, yerini koskoca bir ticarethaneye bırakmaktadır. Ticarethanelerin bölgeye girmesi ile Talimhane, geceleri sokaklarında güvenle dolaşılabilen bir bölge olmaktan çıkıp, pek de tekin olmayan bir semt imajına bürünmüştür. (Özdemir, E.)

Bölgedeki sosyal bozulmanın önüne geçmeye yönelik girişimler ile Talimhane Bölgesi'nde 1990'lı yıllarda ilk turizm amaçlı yapılanmalar başlamıştır. 1994 yılında Bakanlar Kurulu kararı ile "Oteller Bölgesi" ilan edilmiştir. Talimhane bölgesinde ilk yapılaşmış olan oteller, Taksim'in merkezinde olması ile müşteri çekebilmekte iken, o dönemlerde Talimhane'nin güvenlik sorunu yaşaması ile gereken talebi görmemiştir.

İstanbul Büyükşehir ve Beyoğlu Belediyeleri'nin kentsel dönüşüm projesine başlama kararı ile Talimhane'de çok şey değişmiştir. Yedek parça dükkanları tek tek ayrılmaya başlayıp, sokaklar yenilenmiş, ışıklandırmalar yapılmış, açılan her bir otel bölgeye yeni bir çehre katmıştır. Yayalaştırma projesi ile de bölge araç trafiğine kapatılarak yayaların rahatlığı sağlanmıştır. (Özdemir, E.)

Tüm bu düzenlemelerden sonra Talimhane tam anlamıyla turizm merkez, haline gelmiştir. Günümüzde Talimhane toplam 31 oteli ile 7.000 yatak kapasitesine sahip olmaktadır. Oteller gün geçtikçe kendilerini geliştirmekte olup, yapılan ek binalar ile yatak kapasitelerini arttırmaktadırlar. Ayrıca, Talimhane otellerinin kurduğu dernek toplantıları ile bölgenin ve otellerin genel sorunları tespit edilmekte, etkinlik düzenlemeleri için kararlar alınmaktadır.

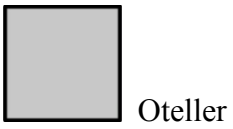
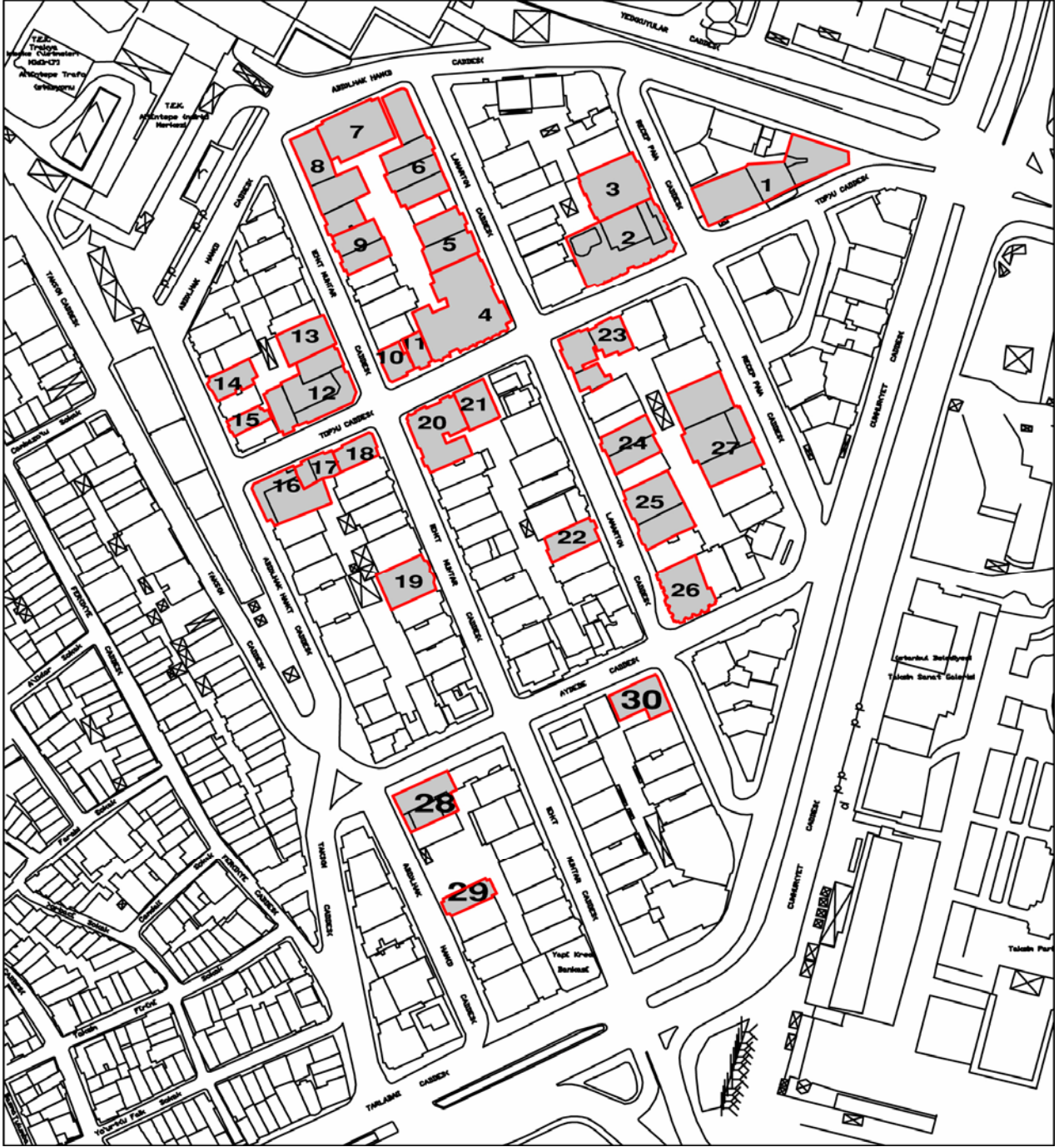
Talimhane İstanbul'daki konumu ile en yoğun turizm alanları arasındadır. Talimhane'nin en büyük avantajı, tarihi dokuya sahip, iş, eğlence hayatını içinde barındıran ve ulaşım rahatlığı ile İstanbul'un en önemli bölgesi konumundaki Taksim'e yürüme mesafesinde olmasıdır. Taksim bölgesine yakınlığının yanında, kongre vadisine yakınlığı ile de otellerin gelişimi açısından önemlidir. Özellikle son dönemlerde aşırı derecede gelişim gösteren kongre turizmi, Talimhane otelleri için önemli bir gelir kaynağıdır.

Kentsel dönüşüm geçirdikten sonra Talimhane otelleri işletmecileri de bölgeye daha fazla sahip çıkmaya başlamışlardır. Otel işletmecileri, ihmal edilen Talimhane'nin eski imajının akıllardan silinmesi ve yeni halinin tanıtımı için etkinlikler düzenlemekte ve bölgeyi çekim merkezi haline getirmeyi amaçlamaktadırlar. Yapılan etkinliklerin birçoğu gazetelere haber olarak çıkmakta ve olumlu etkiler bırakan etkinlikler sayesinde Talimhane eski kimliğinden yavaş yavaş sıyrılmaktadır. Talimhane'de yapılan Latin Karnavalı, Yunan gecesi,sergi ve konserler etkinliklerin bir kısmıdır.

Talimhane'nin gelişmesinin yanında otellerin de konfor ve kalitelerini arttırmaları turizm bölgesi ilan edilmek üzere olan Talimhane için önemlidir. Her otel kendi bünyesinde yeniliklere gitmektedir. Özellikle kongre ve iş sektörüne hizmet etme anlayışına sahip olma özellikleri ile kullanıcı gereksinimlerini karşılamak için gereken tüm donanımları bünyelerinde bulundurmaktadırlar.

Talimhane otellerinin 5 cadde üzerinde konumlanması, çoğunun birbiri ile iç içe olmasına sebep olmaktadır. Yan yana ve karşılıklı oteller dizileri olmasının yanında, boş kalan yapıların özellikle zemin katlarında otelleri destekleyen alışveriş dükkanları, araba kiralama ofisi, turizm acenteleri, cafeler ve barların bulunması Talimhane'nin yaşatılmasına katkı sağlamaktadır.

Tam 31 otelin bir arada bulunması bazı kurallar gerektirmektedir. Özellikle kentsel dönüşüm projesinin ardından yayalaştırılan yolların kullanım kolaylığı için yapı önlerinde bazı sınırlamalar getirildi. Dış mekanda belli bir mesafeye kadar oturma alanları düzenlenmesine izin verildi. Yayalaştırılan yollar üzerindeki otellerin hemen hemen hepsi, zemin kat dış mekan oturma alanlarını zenginleştirdi. Böylece güzel havalarda otelin içinde kapalı kalmak zorunda kalmayan kullanıcılar aynı zamanda Talimhane'nin yenileşen ortamını da yaşamış olmaktadır.



Şekil 10 Talimhane'nin Mevcut Otelleri
(Bircan Gökdağ tarafından şemalaştırılmıştır.)

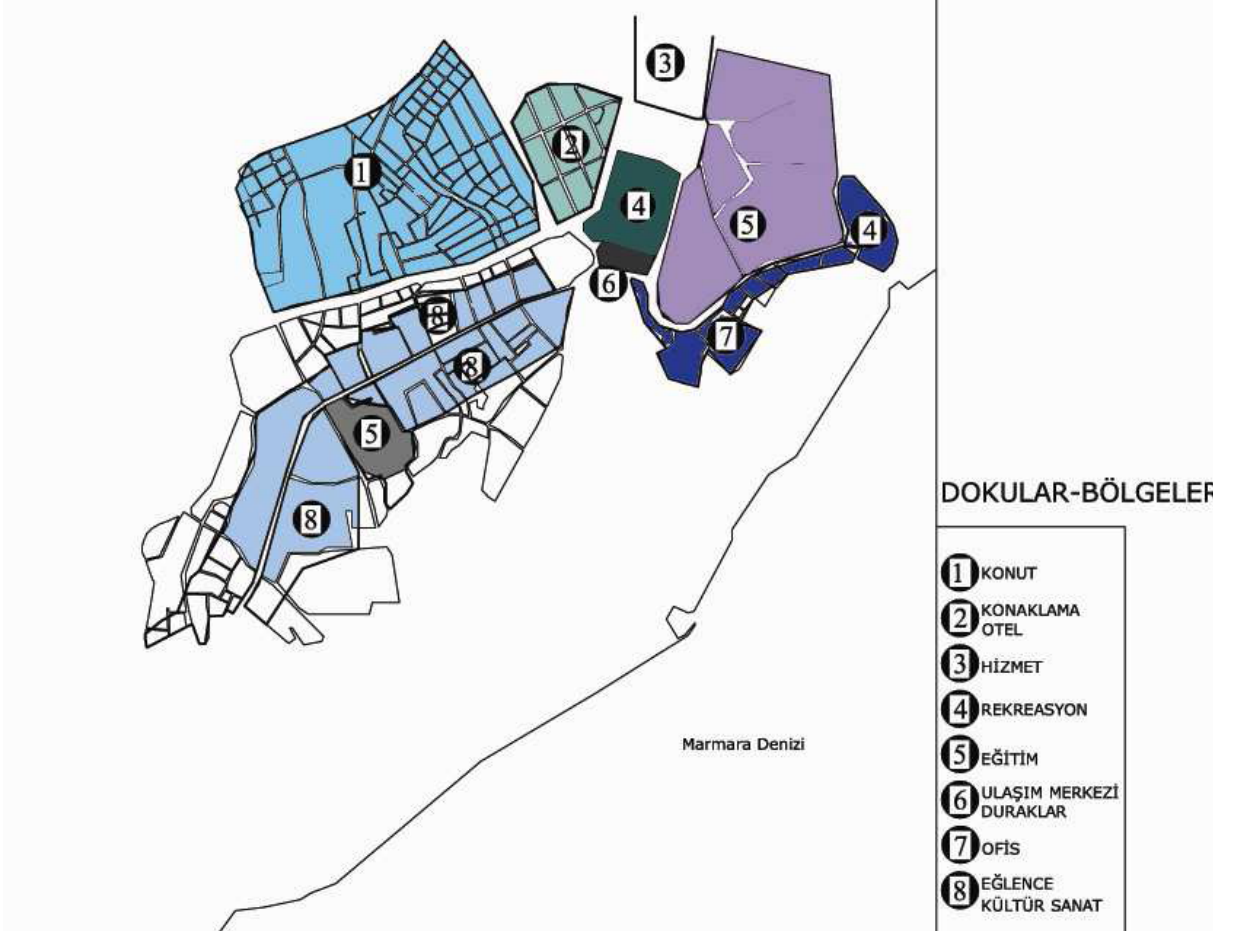
Talimhane otellerini ve özellikleri aşağıdaki tablo düzeni ile ifade edilmiştir.

Tablo 18 Talimhane otelleri,2009 (Bircan Gökdağ tarafından şemalaştırılmıştır.)

NO	OTELİN ADI	YILDIZ SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI	AÇILIŞ YILI	BULUNDUĞU CADDE	TUROB
1	POINT HOTEL (Taksim Plaza)	4+	194	300	1997/2004	Topçu Caddesi	*
2	NIPPON HOTEL	4+	171	269	1989	Topçu Caddesi	*
3	THE MADISON HOTEL	4	110	210	1997	Receppaşa Caddesi	*
4	GOLDEN AGE 1 HOTEL	4	181	360	1991	Topçu Caddesi	*
5	LION HOTEL	4	104	200	1998	Lamartine Caddesi	
6	TITANIC CITY HOTEL (Aygün Otel)	4+	183	400	2008	Lamartine Caddesi	
7	FERONYA HOTEL	4	102	220	1996	Abdülhakhamit Caddesi	
8	ELITE WORLD HOTEL	5	245	406	2008	Şehit Muhtar Caddesi	*
9	ELITE WORLD PRESTIGE HOTEL	4+	102	206	2002	Şehit Muhtar Caddesi	*
10	HOTEL AVRUPA	tanımsız			1966	Topçu Caddesi	
11	LA VİLLA	Butik Otel	28	41	1998	Topçu Caddesi	
12	ERESİN TAKSİM&PREMIER HOTEL	4+	70/67	288	1986/2006	Topçu Caddesi	
13	KERVANSARAY HOTEL	4	66	132	1990	Şehit Muhtar Caddesi	
14	GOLDEN AGE 2 HOTEL	4	124	178	2006	Abdülhakhamit Caddesi	*
15	HOTEL PERADOOR	Butik Otel	27	56	1997	Abdülhakhamit Caddesi	
16	GREENPARK HOTEL	4	179	304	1995	Abdülhakhamit Caddesi	*
17	LION BROTHERS HOTEL	Butik Otel	17	33	2005	Topçu Caddesi	
18	BUTİK SV	Butik Otel	34	41	2005	Topçu Caddesi	
19	SEMİNAL HOTEL	4	88	190	2000	Lamartine Caddesi	
20	LARESPARK HOTEL	4+	164	320	1999	Topçu Caddesi	*
21	ETERNO HOTEL	tanımsız	65	138		Topçu Caddesi	
22	LAMARTINE HOTEL	4	64	128	1988	Lamartine Caddesi	*
23	GRAND ÖZTANIK HOTEL	4	193	402	2005	Topçu Caddesi	
24	GOLDEN PARK HOTEL	4	83	205	2008	Lamartine Caddesi	
25	THE CENTRAL PALACE	Özel Konaklama	107	220	2003	Lamartine Caddesi	
26	RIVA HOTEL	4	72	149	1987	Aydede Caddesi	*
27	CYRSTAL OTEL	4+	215	430	2009	Receppaşa Caddesi	*
28	TAKSİM GÖNEN HOTEL	4+	156	300	1999	Aydede Caddesi	
29	ZENTRUM HOTEL	2	23	63	2007	Abdülhakhamit Caddesi	
30	MIDTOWN HOTEL	4	80	117	2007	Lamartine Caddesi	

5.3.4 Talimhane'nin Yakın Çevresi

Talimhane; Taksim Cumhuriyet Meydanının kuzeyinde, Cumhuriyet ve Tarlabası caddelerinin birleştiği noktada bulunmaktadır.



Şekil 11 Talimhane'nin Dokusu (Emir, S., 2008)

Talimhane konumu itibariyle Taksim Meydanı, Gezi Parkı, İstiklal Caddesi ve kongre vadisi olarak adlandırılan Lütfi Kırdar Kongre Merkezi'ne yürüme mesafesinde olan bir bölgedir. Talimhane'nin turizm bölgesi olarak düşünülmesinin en önemli nedenleri arasında bölgenin eski imajından sıyrılıp yeniden İstanbul'a kazandırılması olduğu kadar konumunun sağladığı olanaklar da bulunmaktadır.



Resim 20 Talimhane'nin Yakın Çevresine Tepeden Bakış
(Bircan Gökdağ tarafından şemalaştırılmıştır.)

Taksim Meydanı:

Taksim Meydanı, İstanbul'un Beyoğlu ilçesinde yer alır ve İstanbul kentinin en ünlü meydanıdır. Meydan adını, eskiden Galata-Beyoğlu suyunun "taksim edildiği", Taksim Maksemi'nden almıştır.

Meydanın ortasındaki Cumhuriyet Anıtı ve çevresi bugün tören yeri olarak kullanılmaktadır. Meydan aynı zamanda buluşma yeri işlevini üstlenmektedir. Meydanın başlangıcından Tünel'e kadar nostaljik tramvay çalışmaktadır. (<http://www.wikipedia.com>) Taksim Meydanı çevresindeki en önemli yapılar The Marmara Oteli, Atatürk Kültür Merkezi, Maksim Gazinosudur.

Gezi Parkı:

Taksim Gezi Parkı, Taksim Meydanı ile Elmadağ semtleri arasında yer alan şehir parkıdır. Gezi Parkının bulunduğu yerde 1806 yılında Halil Paşa Topçu Kışlası adıyla Osmanlı, Rus ve Hint mimarisinden izler taşıyan büyük ve ihtişamlı bir topçu kışlası bulunmaktaydı. Kışlanın 1940 yılında yıkılması sonrası, çevrede yapılan otellere tahsis edilen alanlar ve düzenlemeler ile parkın kapladığı alan zaman içinde küçülmüştür. Buna rağmen İstanbul'un merkezinde önemli bir dinlenme alanı oldu ve sık sık düzenlemelerle görünüşü değişmiştir. (<http://www.wikipedia.com>)

Gezi Parkı alanının çevresindeki yapıların nefes aldığı tek yeşil alandır. Rekreatif faaliyetler ve temiz hava açısından önemli bir değer olan park aynı zamanda taşıdığı tarihsel nitelik açısından da önemlidir. (Emir,S.)

Gün batımından sonra da kullanılması için aydınlatma sistemi kurulan Taksim Gezi Parkı'nda tüm kaplamalar, kent mobilyaları değiştirildi. Havuz ve yeşil örtüsü yenilendi. 17 bin metrekare yeşil alan, 96 bin metrekare granit yürüyüş yolu, 25 bin metre granit bordür ve yağmur oluğu yapıldı ve dekoratif park tipi aydınlatma direkleri kullanıldı. (www.turizmdebusabah.com)

İstiklal Caddesi:

İstiklal Caddesi, İstanbul'un en eski semtlerinden biri olan Beyoğlu'nun merkezi sayılabilir. 1927'den önceki ismi "Büyük Cadde" anlamına gelen "Cadde-i Kebir" idi. Cadde boyunca mağazalar sıralanmaktadır. Taksim Meydanı ve tünel arasında çalışan tramvay İstiklal Caddesi boyunca gitmektedir. Alışveriş için ideal bir mekandır. Ayrıca kültür merkezidir. İrili ufaklı bir sürü kitapçı ve sinema bulunmaktadır. Her kesimdeki ve farklı anlayışlardaki insanların gezip eğlenmek için tercih ettiği mekanlar bulunmaktadır. Turistlerin İstanbul'a gelip görmeden gitmeyeceği nadir yerlerdendir.

Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı:

İstanbul Lütfi Kırdar'ın ana binası ve Rumeli Fuar ve Sergi Merkezi, Kongre Vadisi'nin eksiksiz hizmet sunan salonlarına sahiptir. Ayrıca İstanbul Lütfi Kırdar'a yürüme mesafesindeki uluslararası 5 ve 4 yıldızlı otelleri kapsayan Kongre Vadisi, misafirlerine rakipsiz bir konfor ve esneklik sağlar.

5000 kişi kapasiteli İstanbul Lütfi Kırdar, ufak ya da büyük çaplı her türlü organizasyonların düzenlenebildiği ve imkanlarını Rumeli Merkezi ile birlikte ya da ondan ayrı kullanma olanağı veren esnek tasarlanmış bir tesistir.

İstanbul Lütfi Kırdar ana binası, 10 ile 2000 kişi kapasiteli 26 toplantı salonuna sahiptir. Rumeli Fuar ve Sergi Merkezi'nde beş adet yönetim odası, 6 adet suit ve 45 m²'lik VIP odası bulunmaktadır. Ayrıca, Rumeli Merkezi'nin zemin katında, geniş kapsamlı bir ticari fuar ile birlikte etkinlikler düzenlemek için, 3000 m² sergileme alanı, gala yemekleri ve resepsiyonlar için de alan bulunmaktadır.

Tablo 19 Lütü Kırdar Kongre Merkezi Toplantı Salonları (www.icec.org/tr)

Mekanlar	Toplam Salon Kapasitesi
İstanbul Lütü Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı Rumeli Fuar ve Sergi Merkezi	26
İstanbul Hilton	2
Cemal Reşit Rey (CRR) Konser Salonu	1
Atatürk Kültür Merkezi	4

İki parçadan oluşan komplekste, ana binada kongre, toplantı, konser ve gösteri gibi etkinlikler yapılırken, Rumeli Binası'nda fuarcılık faaliyetleri düzenlenmektedir. 1996 Habitat Zirvesi, 2003 Dünya Felsefe Kongresi, 2004 NATO Zirvesi gibi büyük etkinliklere ev sahipliği yapmıştır. (www.icec.org/tr)

Toplam fuar alanı :	50000 m ²
Kurulum Alanı :	50000 m ²
Toplam Açık Alan :	5300 m ²
Toplam kapalı Alan :	7000 m ²
Toplam Hol Sayısı :	2
En büyük fuar holü alanı :	4500 m ²
En küçük fuar holü alanı :	2500 m ²
Fuar holleri tavan yüksekliği :	7 m
Konferans salonu adeti :	26
En büyük konferans salonun kapasitesi :	3000 kişi
En küçük konferans salonun kapasitesi :	50 kişi



Resim 21 Lütü Kırdar Kongre Merkezi, Kaynak: <http://www.icec.org>

Ulaşım Ağları ve Mesafeler:

Talimhane'nin kent merkezinde olması sebebiyle, Talimhane otelleri kent otellerini tam anlamı ile ifade eden otellerdir. Kentin içinde olması gelen kullanıcılara önemli derecede olanaklar sağlar. Zamanın çok kıymetli olduğu günümüzde bir yerden bir yere gitmenin kolaylığı çok önem taşımaktadır. Bu yüzden ulaşım kolaylığı sağlanan bölgelerden biri olan Talimhane bu yönü ile avantajlıdır.

Talimhane metro, finiküler ve otobüs merkez duraklarına yürüme mesafesindedir. Metro ile Osmanbey-Nişantaşı, Şişli- Mecidiyeköy, Levent ve 4.Levent gibi en önemli şehir merkezlerine gitme imkanı bulunmaktadır. Otobüs aracılığı ile İstanbul'un hem Avrupa hem de Asya kıtasında bulunan bir çok semte gitme kolaylığı vardır. Her zaman taksi bulma kolaylığı vardır. Ayrıca havaalanına mesafesi yakın olup, havaalanına giden saatli servislere de yürüme mesafesindedir. Kısaca Talimhane ulaşım ağlarının tam merkezinde yer almaktadır.

5.4 Talimhane'nin Kentsel Dönüşümü ile Günümüzdeki Talimhane

Talimhane bölgesi kent içindeki avantajlı konumu ve mimari birikimine rağmen son yıllarda giderek köhneleşmiş, konutlar yerlerini tamirhane ve yedek parça atölyelerine bırakmış, yaşayan halk burayı terk etmiştir. Turizm yatırımları beklenen değeri üretememiş ve bölge hem kamu hem de özel sektör için ölü yatırım halini almıştır. Mevcut tarihi binalar bakımsız kalmış, tabela ve ilan yoğunluğuna maruz kalmış ve görüntü kirliliği içinde kaybolmuşlardır. Sokaklar otopark alanı olarak kullanılmaya başlanmış ve halk arasında “değnekçi” olarak tabir edilen bir takım kişilerin ve otopark mafyasının haksız kazanç elde ettiği alanlar haline gelmiştir.

Taksim-Bakırköy ve Taksim-Kadıköy hattında çalışan dolmuşların durak yeri olması dolayısıyla gün içinde yoğun bir kullanıcı akımı altında olan bölge, gece kullanımı açısından son derece zayıf bir tablo çizmiştir. Gece kullanımındaki aksaklık, başı boş kalan sokakların suç yuvasına dönüşmesine sebep olmuştur. Köhneleşme ve işlevsizlik, تنها ve kullanılmayan tehlikeli alanlar üretmiştir. Bölgenin yanı başında bulunan Tarlabası, alanın sosyal yapısını giderek daha fazla etkisi altına almaya başlamıştır. Diğer taraftan turistik tesis ve oteller tam

kapasiteye ulaşamazken, gelen ziyaretçilerin böyle bir çevrede ağırlanması hem güvenlik sorunlarına hem de kentin olumsuz bir imaj kazanmasına sebep olmuştur. Döneminin en değerli mimari örnekleri olan binalar bakımsızlık ve işlevsizlik nedeniyle, yok olmanın eşiğine gelmiştir. Fiziksel ve çevresel nitelikleriyle önemli bir potansiyel taşıyan bu alan, atıl ve kullanımsız bir kent parçasına dönüşmüştür. Bu sürecin sonunda İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından Beyoğlu Belediyesi ile işbirliği içinde, “Beyoğlu Talimhane Bölgesi Cephe Rehabilitasyonu Kentsel Tasarım Uygulama Projesi” gerçekleştirilmiştir. ***“Beyoğlu Talimhane Bölgesi Cephe Rehabilitasyonu Kentsel Tasarım Uygulama Projesi” ile ilgili teknik bilgiler, projeyi yürütmüş olan İlke Planlama Ltd. Şirketi tarafından hazırlanan proje raporundan derlenmiştir.**

Projenin uygulanması 37 gün gibi kısa bir sürede tamamlanmıştır. Çalışmaların bu kadar hızlı yapılmasında Nato Zirvesi'nin kongre vadisinde yapılacak olmasının da etkisi büyüktür.



Şekil 12 Talimhane Bölgesi Proje Alanı Sınırları
Kaynak; İlke Planlama Ltd.



Resim 22 Talimhane Bölgesinin projeden önceki durumu
Kaynak; İlke Planlama Ltd.



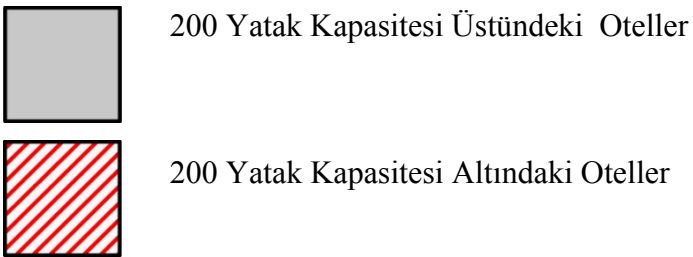
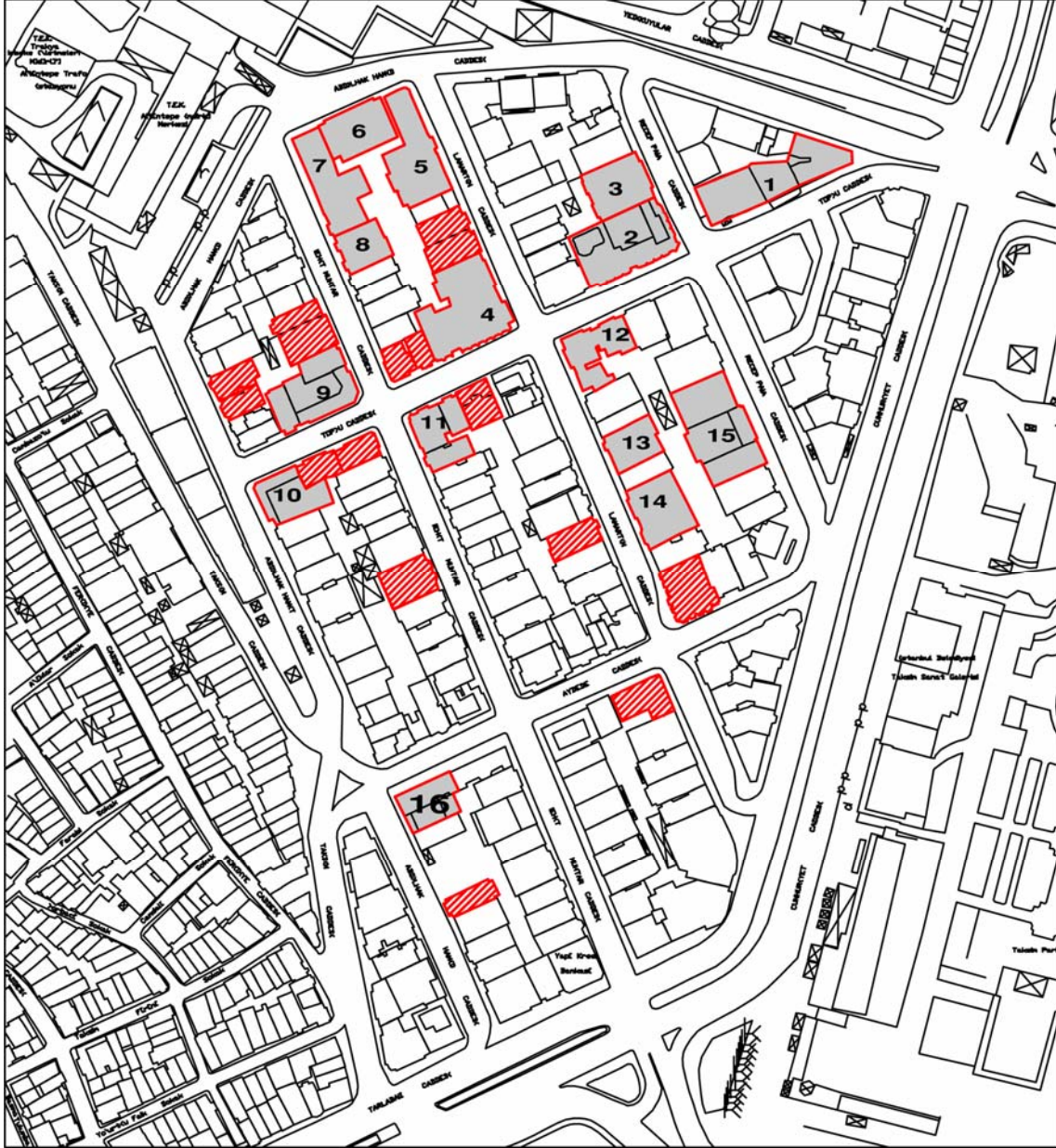
Resim 23 Alanın proje esnasındaki görünümü
Kaynak; İlke Planlama Ltd.

Proje kararları belirli dönemlerde yapılan toplantılar sürecinde bölge yaşayanları ya da bölge hakkında bilgi sahibi kişi ve kurumlarla yapılan toplantılar ile alınmıştır. Katılan kişi ve kurumların sorunlara yakınlığı çözümün doğruluğu konusundaki en doğru kararların verilmesine yardımcı olmuştur. Projenin katılımcı yaklaşımı kamu-özel-sivil toplum örgütü üçgeninin aktörlerini bir araya getirerek, uygulanması ve işletilmesi mümkün bir düzenleme hedeflenmektedir.

Proje kapsamında gerçekleştirilen düzenlemeler şöyledir:

- Öncelikli uygulama, yedek parçacıların bölgeden taşınması olarak belirlenmiştir. Taksim'in göbeğinde tercih edilmeyen yedek parçacıların uygulamaya imkan vermeleri Talimhane için önemli bir ilerleme olarak görülmüştür.
- Binaların cephe düzenlemesi, bakım ve rehabilitasyonları yapılmıştır. Geniş cepheli binalarda açık renk, dar cepheli binalarda ise daha dikkat çekici renkler tercih edilmiştir.
- Cepheleri bozan tabelalar kaldırılmıştır ve daha uygun ölçülerde uygun görülen yerlere tabela konulması kararı alınmıştır.
- Bölgede alt yapı çalışmaları yapılmıştır. Önemli bir sorun olan ısınma sıkıntısı çözülmüştür.
- Kent mobilyaları ve yol kaplama malzemeleri yenilenmiştir. Aydınlatma elemanları katener sistem kullanılarak askı armatürlü, paslanmaz çelik ayaklı, çelik çift kademe gergili malzeme ile değiştirilmiştir. Bu sistem vandalizmi önlemek ve daha uzun ömürlü bir yatırım sağlamak açısından da çözüm olmuştur.
- Bölgede kot farklı olmayan kaldırım kullanımına gidilmiştir. Oturma alanlarının yapı sınırından mesafesinin belirlenmesi için kaldırımlarda siyah şerit kullanılmıştır.
- Bölgede, yabancı dil bilen 48 kişilik bir özel güvenlik ekibi ile 24 saat güvenlik sağlanmaktadır.
- Alanda güvenliğin sağlanması ve algılanabilirliğin yükseltilmesi amacıyla yayalaştırma uygulamasına gidilmiştir. Bölgede önerilen 'Yayalaştırılmış sokak ağı' modeli, İstanbul'da bir 'ilk' niteliğindedir. Genellikle ülkemizde görülen yayalaştırma uygulamaları, tek bir aksı ya da bir meydanı kapsayan, parçalı çözümler getirmektedir. Ancak Talimhane projesinde sokaklar arası bağlantılar ve Taksim Meydanı gibi odak noktalarla ilişkiler bütün olarak ele alınmıştır. Uygulamanın sonunda projede hedeflenen yayalaştırma projesi daha farklı bir uygulama ile gerçekleştirilmiştir. Bölgede kartlı geçiş sistemi oluşturulmuştur. Tur otobüsleri, taksiler, işletmelere ve otellere mal dağıtan araçların akışını sağlamak adına her araç için yarım saatliğine Talimhane sokaklarına giriş izni verilmiştir. Bu sistem ile bölge dışarıdan araç trafiği ile beslenirken, ancak belli saatler dahilinde ve servis amaçlı araçların bölgeye girmelerine izin verilmektedir. Yaya sokakları gündüz ve gece, rekreasyon eğlence ve ticaret işlevlerine açılmıştır.
- Uzun vadede otopark ve toplu taşıma sorunlarının çözümü için üst ölçekli bir planlama benimsenmiştir. İlk etapta zirve misafirlerinin ağırlanması için yapılan bu düzenlemeler, uzun vadede şehrin geleceğine yönelik kalıcı çözümler olarak ele alınmıştır.

5.5 Talimhane Otelleri Ortak Kullanım Alanlarının İncelenmesi



Şekil 13 Talimhane'nin 200 Yatak Kapasitesine Sahip Olan Oteller

(Bircan Gökdağ tarafından şemalaştırılmıştır.)

200 Yatak Kapasitesine Sahip Olan Oteller in Listesi;

1. Point Hotel
2. Nippon Hotel
3. Madison Hotel
4. Golden Age Hotel
5. Titanic City Hotel
6. Feronya Hotel
7. Elite World Hotel
8. Elite World Prestige Hotel
9. Eresin Taksim&Premier Hotel
10. Greenpark Hotel
11. Larespark Hotel
12. Grand Öztanık Hotel
13. Goldenpark Hotel
14. Central Palace Hotel
15. Cyristal Hotel
16. Taksim Gönen Hotel

5.5.1 Katalog tanımlama

Talimhane Bölgesi kongre merkezine yakınlığı ile önem kazanmış, kentsel dönüşüm projesinin uygulanması ile çöküntü bölge olmaktan tamamen sıyrılmış ve yepyeni bir bölge haline gelmiştir. Turizm merkezi ilan edilmesi için çalışmaları hızla süren Talimhane Bölgesi'nin otelleri, tez kapsamında kongre turizmi için önemli olan yatak kapasitelerine göre sınıflandırılmış olup 200 yatak kapasitesi ve üstüne sahip oteller çalışma alanı olarak seçilmiştir. Bu otellerin analiz tabloları oteller hakkında genel bilgi vermekte olup, ortak kullanım alanlarının zemin kat ve diğer katlardaki dağılımları incelenmiştir.

(Bkz: Ekler Bölümü)

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Talimhane Bölgesi, Türkiye'nin en önemli kentlerinden biri olan İstanbul'da, İstanbul'un en önemli merkezlerinden biri olan Beyoğlu İlçesi sınırları içinde yer almaktadır. İstanbul'daki konumu, fonksiyonu ve taşıdığı tarihi değerler açısından Talimhane, günümüzde önemli bir yere sahiptir. Bölge cumhuriyet'in erken dönemlerine ait izler taşımakta olup tarihsel niteliği ile ön planda yer almaktadır. Bölgede Art Deco ve erken modernist binaların bulunması ve bu nitelikli binalara yeni işlevlerin yüklenmesi ile bölge niteliğini kaybetmekte olup, sosyal anlamda ise turistleri barındırması ile tercih edilen bir konumdadır. Ancak tarihi nitelik taşıyan yapılardan bazılarının yıkılması veya niteliklerini kaybederek yenilenmesi bölgenin en büyük kaybıdır.

Talimhane, İstanbul'un merkezinde olması ve ulaşım kolaylığına sahip olmasıyla da son derece stratejik bir konumda bulunmaktadır. Bölgenin kongre vadisine yakınlığı, Taksim Cumhuriyet Meydanı'nın çevresinde olması, İstiklal Caddesi'ne yakınlığı ve topografyası itibarıyla bu alanlara yürüyerek rahatlıkla varılabiliyor olması Talimhane'yi daha da önemli kılmaktadır.

Bölgenin kentsel dönüşüm projesi ile geliştirilme çabası bölgede bulunan otel işletmelerinin de kendilerini yenilemeleri ile desteklenmiş ve bölge ihmalsizlik sonucu unutulmuşken yeniden kente kazandırılmıştır. Fakat bölgenin bu gelişim sürecinde olumlu yönleri olduğu kadar hala çözülemeyen sorunları da bulunmaktadır. Örneğin, oto yedek parça ve tamir atölyeleri gibi alanın karakterine aykırı bazı işletmelerin çoğu taşınmış olmasına rağmen bölgede hala uygun olmayan işletmeler bulunmaktadır. Bu işletmelerin alandan taşınması turizm bölgesi ilan edilen alanın daha rahat kullanılmasını sağlayacaktır.

Dönüşüm projesini eleştirel bir yaklaşımla ele almak gerekirse, projenin turizm alanı ilan edilerek kente kazandırılması amaçlanırken diğer yandan bu bölgenin sadece otel kullanıcılarına ait olma durumu kentle ve kentte yaşayan halk ile otel kullanıcılarının iletişimini azaltmaktadır. Bölge oteller ve turizmi destekleyen işletmeler (hediyelik eşya satan işletmeciler, yeme-içme mekanları) ile hakimiyet kazanmış olup kente kazandırılması amaçlanan bu bölge öznelleşme yolunda ilerlemektedir. Bir turist açısından düşünüldüğünde,

kültür ya da farklı amaçlarla gelen turistin kenti görme arzusu mutlaka ki ön planda olup, kentte yaşayan insanlarla ve kentle iç içe olma isteği daha öznel bir bölgede sadece turizme yönelik bir yapı bloğu arasında vakit geçirmekten fazladır. Diğer açıdan halkın kendi kentinde sadece turizm amaçlı yapılan bir bölgeyi kullanamaması o bölgeyi sahiplenememesine, o bölgeye yabancı olmaya sebep olmaktadır. Sonuç olarak, turizm alanlarının planlanmasında çevre ile ilişkisinin sorgulanmaması bölgeye ilerleyen dönemlerde zarar verebilecek bir sorundur. Bu sorunun giderilmesi ve kentliyi bölgeye çekebilmek için yeni girişimler düşünülmektedir. Talimhane Bölgesi'nde bazı dönemlerde, hem turistlerin hem de kentlinin ilgisini çeken aktiviteler düzenlenmektedir. Özel geceler, çeşitli konserler, sergiler, önemli maçlar için düzenlenen alanlar bölgenin yaşamasını sağlamaktadır. Giriş katlarında kentlinin de kullanabileceği ortak mekanların olması gerekmektedir. Özellikle kentlinin kullanımını arttırmak için yapılabilecek düzenlemeler arasında marka restaurant ve kafelerin bölgeye açılması bulunmaktadır. Bu çalışmaların arttırılması ile önemli derecede gelişmeler gösterecek olan Talimhane Bölgesi'nin İstiklal Caddesi kadar yoğun bir yaşama sahip olacağı düşünülmektedir.

Çalışma alanı olarak seçilen Talimhane Bölgesi'ne konumuz olan oteller açısından bakıldığında, bölgede toplam 29 otel bulunmakta olup, bu otellerin çoğu 4 yıldızlı otellerdir. Belli standartları yakalamış oteller arasında iletişim güçlü olup, bölgenin gelişimine katkı sağlamak için birlikte düzenlenen aktiviteler yapılmaktadır.

Çalışma alanında yapılan analizler, Talimhane Bölgesi'ndeki 200 yatak kapasitesi ve üzerine sahip olan otelleri kapsamaktadır. Toplam 29 otel bulunan Talimhane Bölgesi'nde bu özelliklere sahip 16 otel bulunmaktadır. Bu otellerin analizlerinde mekansal dağılım incelenmiş olup ortak kullanım alanlarının katlara dağılımı ele alınmıştır. 200 yatak kapasitesi ve üstünde olan otellerin analiz sonucunda genel yargılar belirlenirken, farklılıkları da saptanmış, olumlu ve olumsuzlukları belirlenmiştir.

Analizlerin sonuçları aşağıdaki gibidir:

- Talimhane bölgesi bitişik nizamda düzenlenmiş olup yapıların en fazla iki cephesi bulunmaktadır. Konum itibariyle köşede bulunan oteller iki cepheye sahip iken iki yapı arasında kalan oteller tek cepheye sahiptir. Bu özellik otel yapılarının tasarımını etkilemiştir.

- Otellerin cephe sıkıntısı yaşamaması sebebiyle yatak katlarında apartman boşluğuna bakan odalar bulunmaktadır. Cepheye bakan odaların artırılması için özellikle toplantı odaları ve diğer ortak kullanım alanlarının çoğu bodrum katlarda ya da cephesi olmayan alanlarda çözümlenmiştir. Bu mekanların havalandırması yapay yollarla sağlanmakta olup, doğal havalandırmaya göre sağlıklı bir çözümdür.
- Otellerde bulunan ortak kullanım alanlarından restaurant ve balo salonları için ana giriş dışında ayrı giriş düzenlenmesi gerekmektedir. Fakat Talimhane Bölgesi'nde bu sistemi uygulamak oldukça zordur. Cephe sıkıntısının olması ikinci bir girişe imkan vermemektedir.
- Tek cephesi olan otellerin servis girişleri arka cepheleri olmaması sebebi ile ana giriş ile aynı cephede, köşe alanda konumlanan otellerin servis girişleri de yan cephede düzenlenmiştir. Bu çözüm olması gerektiği gibi çözümlenememiş olup, aslında müşterinin girmediği arka cephelerde tasarlanması gereken servis girişleri, yayaların kullandığı mekanlarda düzenlenmiştir.
- Otellerin genelinde mekansal zenginlik sağlamak için galeri boşluğu kullanılmıştır. Tasarlanan asma katlar daha çok ortak kullanım alanı olarak hizmet vermektedir. Yatak katları asma kattan sonra başlamaktadır. Genellikle zemin kat ile aynı düzende tasarlanan asma katlar cephede de hissedilmektedir. Böylece yatak katları ve ortak kullanım alanları cephede de farklı bir ritimde düzenlenmiştir.
- Otellerin mekansal dağılımları hizmet anlayışına göre değişmektedir. Kongre turizminin ön planda olduğu bölgede toplantı salonlarına verilen önem artmıştır. Her otelde mutlaka toplantı salonu bulunmakta olup, sayıları ve büyüklükleri farklılık göstermektedir. Bazı otellerde mekan azlığının etkisiyle birden çok işlevli mekanlar tasarlanmıştır. Bölmelerin kullanıldığı mekanlar gerektiğinde restaurant olarak kullanılırken bölmelerin kapatılması ile restaurant küçültülüp diğer mekan toplantı salonuna dönüştürülebilmektedir.
- Kongre-iş turizmine hizmet veren Talimhane Otellerinde business center (iş merkezi) olarak adlandırılan iş adamlarının bilgisayar ve internetten faydalanmaları için düzenlenen odalar ortak kullanım alanlarında önemli bir mekandır.
- Günümüzde konaklama birimi olan yatak odaları kadar önem kazanan lobiler alan olarak geniş tutulmaktadır. Otellerde sergi için ayrı bir alan düzenlenmeyip lobiler sergi alanı olarak da kullanılmaktadır.
- Talimhane bölgesi kentsel dönüşüm projesi ile yayalaştırılmış olup, tur otobüsleri , taksiler ve özel araçlar için kartlı geçiş sistemi yapılmıştır. Bu sistem ile araçlar bölgede yarım saat kalabilmektedir. Böylece kaldırımlar yayalara göre düzenlenmiş ve otellerin

önlerinde belirlenen genişliğe göre oturma alanları yapılmıştır. Ortak kullanım alanına giren bu alanlar özellikle yazın bölgede ayrı bir atmosfer oluşturmaktadır.

- Otellerin giriş kapıları genellikle döner kapı olup, bazı otellerde fotoselli kapılarla giriş sağlanmıştır. Girişleri merdivenle sağlanan otellerde rampalar yapılmış olup, özellikle engellilerin ulaşımı kolaylaştırılmıştır.
- Otellerin hepsinde servis asansörü bulunmakta olup bazılarında birden fazla tasarlanmıştır. Taksim Gönen Oteli'nde ise servis asansörü bulunmamakta olup, 4 tane müşteri asansörü bulunmaktadır. Bu sistem tasarım açısından olumsuz olup, yük taşıma sorunu yaşanmaktadır. Bagaj taşıma genellikle servis asansörleri ile sağlanmakta olup Titanic Otelde servis asansörü dışında müşteri asansörünün yanında bir bagaj asansörü de bulunmaktadır.
- Ortak kullanım alanlarından en önemli gelir sağlayan ve yoğunluğu en çok olan restaurant ve barlar genellikle zemin ve asma katlarda sağlanmakta olup, bazı otellerde bodrum katta düzenlenmiştir. Doğal havalandırma olmayan ve cephesi olmayan bu mekanlar tasarım açısından sorun teşkil etmektedir. Manzara açısından terasta konumlanan restaurant ve barlar ise kullanımı daha uygun mekanlardır.

Talimhane otellerinin ortak kullanım alanları genel anlamda bakıldığında en çok cephe azlığı yüzünden tasarım sorunu yaşamaktadır. Eski yapıların birleştirilerek kullanımı, kademelenmelerin çıkmasına sebep olmuştur fakat bu çözümlenebilmiştir. Cephenin azlığı ise mekan çözümlerinde sıkıntı yaratmıştır. Cephelerin azlığı bölgenin bitişik nizamda düzenlenmesine bağlı olup bu soruna çözüm getirmek gerekmektedir. Öneri olarak bölgedeki yapı adaları tek tek ele alınarak adaların orta kısmında yeterli boş alanların bırakılması düşünülebilir. (Bkz: Resim ..)



Şekil 14 Talimhane bölgesi için önerilen plan
(Bircan Gökdağ tarafından şemalaştırılmıştır.)

Yapı adalarının ortasında bir iç avlu oluşturulması ile servis girişlerinin ön cephede olma sorunu çözümlenebilir. Ayrıca cephe sıkıntısı da kısmen giderilmiş olup mekan çözümlerinde daha sağlıklı yollara gidilebilir.

Tablo 20 Talimhane Bölgesi Analiz Tablosu
(Bircan Gökdağ tarafından şemalaştırılmıştır.)

		1-Point Hotel	2-Nippon Hotel	3-The Madison Hotel	4-Golden Age Hotel	5-Titanic City Hotel	6-Feronya Hotel	7-Elite World Hotel	8-Elite World Prestige Hotel	9-Eresin Taksim & Premier Hotel	10-Greenpark Hotel	11-Larespark Hotel	12-Grand Öztanık Hotel	13-Goldenpark Hotel	14-The Central Palace	15-Crystal Hotel	16-Taksim Gönen Hotel	
* Yıldız Sayısı		4+	4+	4	4	4+	4	5	4+	4+	4	4+	4	4	Ö.K.	4+	4+	
* Oda Sayısı		194	171	110	181	183	102	245	102	137	179	164	193	83	107	215	179	
* Yatak Sayısı		300	269	210	360	400	220	406	206	288	304	320	402	205	220	430	304	
1	Ana giriş dışında 2.giriş	●	●	○	○	●	●	●	○	●	○	○	●	○	○	○	○	●
2	Müşteri Hizmetleri Bankosu	●	●	○	○	●	○	●	●	●	○	●	●	○	○	○	○	○
3	Satış Birimi	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	●	●	○	○	○
4	Kuaför	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	●	○	○	○	●
5	Toplantı Salonu (1-3 salon)			●	●		●						●				●	
6	Toplantı Salonu (4-6 salon)	●	●						●	●	●			●	●			
7	Toplantı Salonu (7-10 salon)					●		●				●						●
8	Business Center	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
9	Restaurant	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
10	Çatı Restaurant	●▲	○	●	○	●	●	○	○	●	●	○	○	○	▲	○	○	●
11	Marka Restaurant	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	●
12	Cafe-Bar	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
13	Fitness	○	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●
14	Spa	●	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
15	Sauna-Hamam	●	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
16	Kapalı Havuz	●	○	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●
17	Açık Havuz	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
18	Otopark	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
19	Otel dış mekan oturma bölümü	○	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○

● VAR

○ YOK

▲ TERAS BAR

(Talimhane Bölgesi'nin otel ortak kullanım alanları hakkında edilen bilgilerin tabloya dönüştürülmesi ile otellerin genel ve öznel durumları bu tablodan okunabilmektedir.)

KAYNAKLAR

- Ağartan, G., (2007), Tarihi Alanlarda Kentsel Yenileşme Eğilimleri ve Sultanahmet - Cankurtaran Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Akat, Ömer, (1997), Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği, Ekin Kitabevi, Bursa.
- Akin, N., (2005), “Talimhane Yayalaştırma Projesi'nin Düşündürdükleri”, Arredamento Mimarlık Tasarım Kültür Dergisi, 2005, İstanbul, 84-88.
- Akin, N., (1998), 19.Yüzyılın İkinci Yarısında Galata ve Pera Literatür Yayıncılık, İstanbul
- Akoğlan, M., (2004), Konaklama İşletmelerinde Kat Hizmetleri Yönetimi, Detay Yayıncılık, Ankara
- Akhmetov, A., (2007), Almatı'nın Kongre Turizm Arz Potansiyeli ve Şehrin Kongre Destinasyonu Seçim Faktörleri Açısından Değerlendirmesi, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir
- Alsac, D., (2009), Beş Yıldızlı Otellerin Sınıflandırma Sistemi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Altın, M. -Turizm ve Mimarlık Sempozyumu, Dünya'da ve Ülkemizde Mimari Turizm
- Arber, E., (2008), Türkiye'de Kongre Turizminin Sorunları ve Çözüm Önerilerine Yönelik Bir Alan Araştırması, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Arpad, B., (1988), Yok Edilen İstanbul, Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Yayınları, 2. baskı.
- Aydın, Ş., (1997) Kongre Turizmi ve Türkiye'nin Kongre Turizmi Potansiyeli, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale
- Barış, K.Ü., (2007), Turizm Başkenti İstanbul ve Üstündeki Gölgeleler (www.ehotelbuild.com/tr/koseyazisi)
- Başat, K. B., (2007), Şehirlerdeki Güncel Farklılaşmalar: İstanbul İstiklal Caddesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul

- Baslo, M., (1998) Tarih Boyunca Galata-Beyoğlu kurgusunun Gelişimi ve XIX.yüzyıl Otellerinin Bu Gelişime Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Batur, A., (1994), “Cumhuriyet Dönemi Mimarlığı Düünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi, Cilt2, Ana Basım A.S.,1994, İstanbul.
- Bayındır, T., Turistik Oteller Açısından İstanbul ve Turizm İstanbul Kültür- İstanbul Turizm
- Beyazıt, N., (1978), Otel yatak odalarının sistemli tasarlanması için bir yöntem, İTÜ, Yüksek lisans tezi
- Beyazıt,N., Otel Yatak Odalarının Sistemli Tasarlanması İçin Bir Yöntem,İ.T.Ü,11
- Bilgili, E., 2008 Kültür ve Turizm Açısından İstanbul’un Küresel Durumu İstanbul Kültür- İstanbul Turizm
- Boyce, (2000), Handan. İstanbul'un Kongre Turizmi Pazarlamasının Önemi ve 2008 Değerlendirmesi, 2009 Giddens, Anthony. Sosyoloji, Ayraç Yayınevi
- Bulut, E., Türk Turizminin Dünyadaki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi
- Callender, J., (1990), John Hancock, Time-Saver Standards for Building Types
- Camaş,T. (2006), Panel 23: Gelirde Umutlar İstanbul’a Bağlandı, İstanbul (www.tuyed.org.tr)
- Can, L., (2004), Beş Yıldızlı Otellerin Tasarım – İşletme İlişkisinin Tartışılması İstanbul Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Çaklıhoğlu, M., İstanbul’da Bütüncül Turizm Planlaması ve Turizm Master Planın Yapılmasının Gerekliliği
- Çelik, A., 2008 İstatistiklerle İstanbul Turizm 2008 Değerlendirmesi, İstanbul Kültür- İstanbul Turizm 2008 Değerlendirmesi, İstanbul, Şubat 2009
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003), Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, 6: 1-18.
- Çiftçi, H., İstanbul’un Turizm Tarihi (<http://www.istanbullife.org/istanbulun-turizm-tarihi.htm>)
- Çolakoğlu, N.M., Perdenin Açılmasına Bir Yıl Kaldı, İstanbul Kültür- İstanbul Turizm
- Dinç, H., (1995), “Kitle Turizmine Dönüşük Politikaların Faturası ve Karşı Tepki: Alternatif Turizm Arayışları”, Sürdürülebilir Turizm: Turizm Planlamasına Ekolojik

Yaklaşım, Türkiye’de 19. Dünya Şehircilik Günü Kolokyumu, Alanya, M.S.Ü. Şeh. Böl. Pln. Böl., s. 108-117

- Dinçer, F., (1997), Avrupa Birliği’nde Turizm ve Uygulanan Politikalar, İstanbul
- Doğan, H. Zafer, (1987), Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri, İzmir
- Doğu,O., (1982) Oteller, Birsen Yayınevi, İstanbul
- Emir, S., (2008) Değişen Sokak Cepheleri Üzerine Bir Araştırma Talimhane Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Esin,N.,(1979), Turistik Sehir Otellerinde Tasarlama Problemlerinin Belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, İ.T.Ü.Mim.Fak. ,İstanbul
- Erdoğan, C., (2006) İzmir İli Kongre Turizmi Arz Potansiyelinin İncelenmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir
- Erdoğan, H., (1996), Ekonomik, Sosyal, Kültürel, Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm, Bursa.
- Gülbahar,I.,(1995), Taksim Meydanı, Talimhane ve Ayazpaşa’da Art Deco Üslubunu Yansıtan Yapılar , İTÜ
- Gülbahar, M.o., (2006) Bilgi Toplumu ve Küreselleşmenin Şekillendirdiği Kongre Turizminin Türkiye’deki Durumu (İstanbul Örneği), Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Gülersoy,Ç.,(1999) Beyoğlu’nun Yitip Gitmiş Üç Oteli
- Gümüş, H., Kültür Turizminin Yeniden Keşfi (www.turizm gazetes i.com)
- Hasbora, H., (1998), “İstanbul Art Deco Mimarisinde Apartman Cephe Tipolojisi”, Dr. Tezi, MSÜ, İstanbul. (Danışman: Prof. Dr. Zeynep İnankur)
- Hayta, A.B., Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Süreci ve Karşılaşılan Sorunlar Mart 2008 Cilt:16 No:1 Kastamonu Eğitim Dergisi 31-48
- İldeniz, F.M. (1991),Otellerin Genel İç Mekanlarının Tasarlama İlkeleri,Yüksek Lisans Tezi,İ.T.Ü.
- İlke Planlama Ltd.
- İstanbul Kültür- İstanbul Turizm 2008 Değerlendirmesi, İstanbul, Şubat 2009
- Kaspar, C., (1981): Leisure-recreation-tourism. Berne Aist,s.4-6.
- Kazak, N., (2001), Genel Turizm İlkeler-Kavramlar, Detay Yayıncılık, Ankara

- Kerimoğlu, E.,(2004), İstanbul'un Şehirsel Turizm Talebi Doğrultusunda Turizm Stratejilerinin belirlenmesi
- Kerimoğlu, E., H. Çıracı İstanbul'da uluslararası ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri
- Kısaovalı, P., Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması
- Koçdemir, E., (2006), Kent Mekanında Sosyal, Ekonomik ve Çevresel Değer Yaratımı Sürecinde Bir Araç Olarak Kentsel Tasarımı: Lizbon Expo ve Talimhane Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Köseoğlu, E., (2004), Tasarım Girdisi Olarak Algılama: Lobi Mekanının Algılanmasında Kullanıcı Kültürünün Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Lawson, F.,Hotels (1979) ,Motels and Condominiums:Design,Planning and Maintenance, derleme, Esin, N.,Çevre Mimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi,
- Lawson,F.,Hotels (1979), Motels and Condominiums:Design,Planning and Maintenance, The Architectural Pres LTD.
- Le Robert Quotidien: Dictionnaire Pratique de la Langue Française (1996), Paris: Le Robert.
- Lynch, K., (1989), 'The Image Of The City', The MIT Pres, Sayı:5, England.
- Mastny, L., (2002), Dünya'nın Durumu , TEMA Vakfı Yayınları, 37.
- Metex Design Grup
- Middleton, V.T.C. (1994), Marketing in travel and tourism. Heinemann, Butterworth, ISBN No:0750644710.
- New Webster's Dictionary, (1981), Deluxe Encyclopedic Edition, Delair Publishing Company, s. 464
- Oter, Z., (2005), - Ozdogan, O. N. Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk-Efes Örneği Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi.
- Önder, D. E., (1995). Kent Otellerinde Mekânsal Kademelenmenin Değerlendirilmesi İçin Bir Yöntem, Doktora Tezi, Y.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Öktem, Dişat (2007), Otel İç Mimari Tasarımında Mekân Algılama ve Kimlik Oluşumu ve Örnekler Üzerinde Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Özdemir, M., (1992), Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri, Ankara

- Polat O. E., Polat M., (2006), “Modern Mimari Mirasın Yıkımına Seyirci Kalmak: Talimhane ve Ayhan Apartmanı”, Arredamento Mimarlık, Boyut Yayın Grubu, İstanbul.
- Poutet, H. (1995). Images Touristiques de l'Espagne: de la Propaganda Politique a la Promotion Touristique, Paris: Editions L'Harmattan
- Rossi, A., (1989), ‘The Architecture Of The City’, The MIT Pres, Sayı:5, England.***
- Rutes, A. ve Penner, R., (1985), Hotel Planning and Design, Whitney Library of Design, Watson-Guptill Publications, New York.
- Sever, Ö., (2008) Otellerde Mekansal Analiz, Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon
- Tabanlıoğlu, M.G., (2000), Turizm ve Otelcilik kavramı, Domus Dergisi, Haziran-Temmuz
- Tuncer, N. Kruvazier Turizm ve İstanbul İstanbul Kültür- İstanbul Turizm
- Turizm Tesisleri Yönetmeliği, (2000). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, İl Turizm Müdürlüğü, İstanbul.
- Turizm ve Mimarlık Sempozyumu, 2006, Antalya
- Uluslararası Kongre Turizmi ve Türkiye ,TÜRSAB Ar-Ge Departmanı, Nisan 2006
- Unansal, N., (1995), Şehir otelleri, Ahşap Dergisi , İstanbul,
- Usal, A. ve Kuşluvan Z. (1998). Davranış Bilimleri: Sosyal Psikoloji, 2. Baskı, İzmir: Barış Yayın..
- Usta, Ö. (2001). Genel Turizm, İzmir:Anadolu Matbaacılık.
- Wild & Dearing: (2000), s.319.
- WTO, (1998), Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism, World Tourism Organization.
- Yemek Hizmeti, Seyahat Endüstrisi, T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara,1983
- Yolcu, E., (2006) Şehir Otelleri, Çevre, Mekan, Tasarım İlkeleri Üzerine, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü İç Mimarlık Anasanat Dalı, İstanbul.

İNTERNET KAYNAKLARI

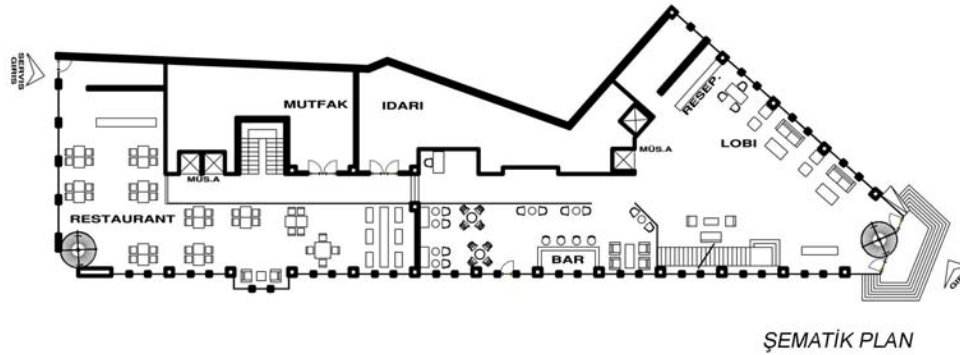
1. <http://www.aaa.com>
2. <http://www.arkitera.com>
3. <http://www.arsiv.sabah.com.tr>
4. <http://www.baktabulum.com/nedir/106537-kultur-nedir-kultur-tanimi-kultur-hakkinda.html>
5. <http://www.beyoglu.bel.tr>
6. <http://www.booking.com>
7. <http://www.bydigi.net/genel-kultur/234498-turizm-turleri.html>
8. <http://www.concierge.com>
9. <http://www.crystalhotel.net>
10. <http://www.efct.com>
11. <http://www.ehotelbuild.com/tr/koseyazisi> 2007
12. <http://www.eliteworldhotel.com.tr>
13. <http://www.eresintaxim.com.tr>
14. <http://www.feronya.com>
15. <http://www.frmtr.com/turizm-ve-tatil>
16. <http://www.gonenhotels.com>
17. <http://www.grandoztanik.com>
18. <http://www.hotelgoldenpark.net>
19. <http://www.icec.org/tr>
20. <http://www.ingentaconnect.com>
21. <http://www.istanbullife.org/istanbulun-turizm-tarihi.htm>
22. <http://www.istanbul.regency.hyatt.com/hyatt/hotels/index.jsp>
23. <http://www.istanbul2010.org/istanbul-2010-akb/istanbul-icin-onemi/istanbula-katkilari/>
24. <http://www.itudergisi.itu.edu.tr>

25. <http://images.google.com>
26. <http://www.kalkinma.org>
27. <http://www.kultur.gov.tr>
28. <http://kvmgm.kultur.gov.tr>
29. <http://www.laresparkhotel.com>
30. <http://www.mimarlikmuzesi.org>
31. <http://www.msccruisesturkey.com>
32. <http://www.nipponhotel.com.tr>
33. <http://www.odevcim.com/17530-post1.html>
34. <http://www.perapalas.com>
35. <http://www.pointhotel.com>
36. http://www.portmanusa.com/hotel/h_atlanta_marquis.html
37. <http://www.referansgazetesi.com>
38. <http://www.swissotel.com.tr>
39. <http://www.tdk.gov.tr/tdksozluk>
40. <http://www.thecentralpalace.com>
41. <http://www.thegreenpark.com>
42. <http://www.themadisonhotel.com.tr>
43. <http://www.themarmarahotels.com>
44. <http://www.titanic.com.tr>
45. <http://www.titanic.com.tr/titaniccity.asp?lang=TR&islem=fotogaleri#>
46. <http://www.turizmdebusabah.com>
47. <http://www.turizmgazetesi.com>
48. <http://www.turizmhaberleri.com>
49. <http://www.turizmtoday.com>
50. http://www.turkiyeturizm.com/news_detail.php?id=14310
51. <http://www.turob.com>
52. <http://www.turofed.org.tr>
53. <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler/akrobat/CESIT/06NiKongre.pdf>
54. <http://www.tuyed.org.tr>
55. <http://www.whatahotel.com>
56. <http://www.wikipedia.com>
57. <http://www.wowturkey.com>

EKLER

1. Katalog Tanımlama
Analiz edilen on altı otelin özelliklerini içeren tablolar bulunmaktadır.
2. Analizi yapılan Talimhane otellerinin İşlev- Kesit Şeması
3. İstanbul'daki Dört Otelin Yatak Kat Planları

1-POINT HOTEL



POINT HOTEL							
SALON	ALAN (m ²)	YÜKSEKLİK	U DÜZENİ	SINIF DÜZENİ	TIYATRO DÜZENİ	BOARD DÜZENİ	YEMEK DÜZENİ
Fuji I	60.00	3.20	20	30	4	25	25
Fuji II	60.00	3.20	-	60	110	55	80
Babylon I	60.00	2.70	25	35	40	18	25
Babylon II	124.00	2.70	40	60	100	50	50
Giza	230.00	4.00	55	150	300	50	160
Petra	89.00	2.80	30	30	80	30	30

YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri : Taksim, Talimhane
Topçu Caddesi

Yapının Mimarı : -
Otel Tasarlayan : Dursun Özbek
Açılış Yılı : 1997
Yenilenme Tarihi : 2004

GENEL ÖZELLİKLER

Otel Sınıflandırması : 4+ Yıldızlı Kent Otel
Müşteri Portföyü : %20 Turist
%80 İş adamı

Oda Sayısı : 194
Yatak Sayısı : 300
Kat Sayısı : Zemin+ Asma Kat+
9 Kat + 4 Bodrum Kat
Asansör Sayısı : 4 Müşteri Asansörü
1 Servis Asansörü

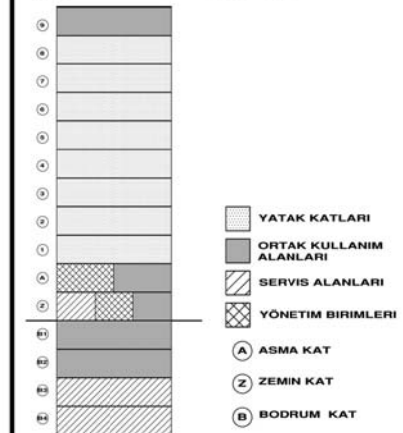
GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

Restaurant : Viewpoint Restaurant,
Udonya Restaurant
Cafe-Bar : Lobi, After 6 Bar,
Cafe Jolie'
Toplantı Salonu : 6 adet salon ,
1 business center
Fitness - Spa : Fitness Center yoktur.
Spa bölümü, sauna
ve hamam var.

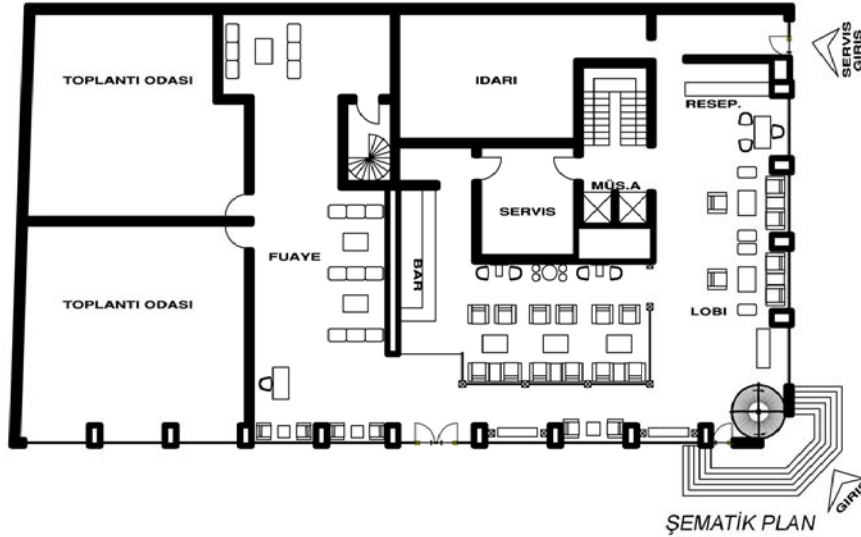
Havuz : Var.
Otopark : Yok. (Vale Parking var)

MEKAN DAGILIMLARI

Zemin kat : Resepsiyon, Lobi, Bar,
Restaurant
ve İdari Bölüm
Asma Kat : Toplantı salonu, Pastane
Business Center,
-1.kat : Toplantı Salonu
-2.kat : Fitness-Spa-Havuz
-3.kat : Personel Odaları,
Çamaşırhane
ve Yemekhane
-4.kat : Teknik Hacimler
1-8.kat : Yatak katları
9.kat : Restaurant



2-NIPPON HOTEL



NIPPON HOTEL									
SALON	ALAN (m2)	YÜKSEKLİK	KABARE DÜZENİ	TİYATRO DÜZENİ	YEMEK DÜZENİ	SINIF DÜZENİ	Ü DÜZENİ	KARE DÜZENİ	STANDAR T DÜZENİ
Shougun I-II	150.00	2.31	80	150	100	70	60	152	80
Samurai I-II	158.00	2.07	96	160	120	88	60	158	96
Sakura	59.00	2.51	25	40	50	30	25	59	25
Saya	34.00	2.75	16	25	20	16	15	34	16

YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri : Taksim, Talimhane ,
Topçu Caddesi
Yapının Mimarı : -
Otel Tasarlayan : Dursun Özbek
Açılış Yılı : 1989
Yenilenme Tarihi : 1992- Ek Bina,
2006 yenilenme

GENEL ÖZELLİKLER

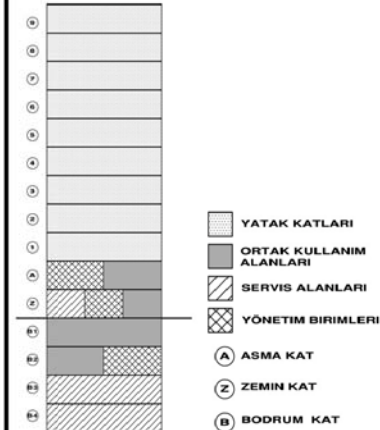
Otel Sınıflandırması : 4 Yıldızlı Kent Otel
Müşteri Portföyü : %30 Turist ,
%70 İş adamı
Oda Sayısı : 171
Yatak Sayısı : 269
Kat Sayısı : Zemin+ Asma Kat+
9 Kat + 4 Bodrum Kat
Asansör Sayısı : 2 Müşteri Asansörü,
2 Servis Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

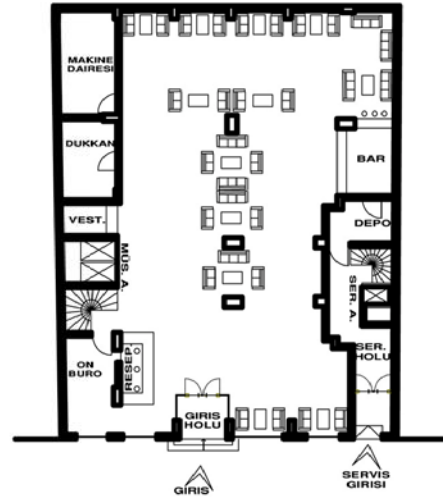
Restaurant : 1 Restaurant
Cafe-Bar : Lobi, Bar
Toplantı Salonu : 6 adet salon ,
1 business center
Fitness - Spa : Fitness Center var.
Havuz : Yok.
Otopark : Yok. (Vale Parking var)

MEKAN DAĞILIMLARI

Zemin kat : Resepsiyon, Lobi, Bar
ve İdari Bölüm
Asma Kat : Restaurant,
Toplantı salonu,
Business Center,
İdari Bölüm
-1.kat : Toplantı Salonu
-2.kat : Fitness Center,
İdari Bölüm
-3.kat : Personel Odaları,
Teknik Hacimler
-4.kat : Yemekhane,
Soyunma Odaları
1-9.kat : Yatak katları



3- THE MADISON HOTEL



ŞEMATİK PLAN

MADISON HOTEL					
SALON	ALAN (m2)	YÜKSEKLİK	TİYATRO DÜZENİ	SINIF DÜZENİ	U DÜZENİ
Marmara Salonu	83.00	3.50	50	35	25
Ege Salonu	115.00	2.70	90	55	35
Çalışma Odası				15	

YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri : Taksim, Talimhane ,
Recepaşa Caddesi
Yapının Mimarı : -
Otelin Mimarı : Mehmet ALPER
Açılış Yılı : 1997
Yenilenme Tarihi : -

GENEL ÖZELLİKLER

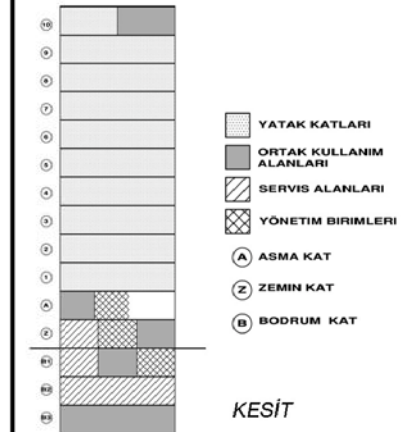
Otel Sınıflandırması : 4 Yıldızlı Kent Otel
Müşteri Portföyü : %40 Turist,
%60 İş adamı
Oda Sayısı : 110
Yatak Sayısı : 210
Kat Sayısı : Zemin + Asma Kat +
10 Kat + 3 Bodrum Kat
Asansör Sayısı : 2 Müşteri Asansörü,
1 Servis Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

Restaurant : Madison Restaurant
Cafe-Bar : Lobi, Bar
Toplantı Salonu : 3 adet salon ,
1 business center
Fitness - Spa : Var.
Havuz : Kapalı havuz
Otopark : Yok. (Vale Parking var)

MEKAN DAĞILIMLARI

Zemin kat : Resepsiyon, Lobi, Bar,
İdari Bölüm,
Business Center
Asma kat : Restaurant,
Toplantı salonu,
İdari Bölüm
1.kat : Toplantı Salonu,
Ana Mutfak, İdari Bölüm
-2.kat : Çamaşırhane,
Personel Odaları,
Yemekhane,
Teknik Hacimler
-3.kat : Fitness- Spa Center
1-9.kat : Yatak katları
10.kat : Oda, Toplantı Salonu



KESİT

4-GOLDEN AGE HOTEL



ŞEMATİK PLAN

POINT HOTEL							
SALON	ALAN (m2)	YÜKSEKLİK	U DÜZENİ	SINIF DÜZENİ	TİYATRO DÜZENİ	BOARD DÜZENİ	YEMEK DÜZENİ
Fuji I	60.00	3.20	20	30	4	25	25
Fuji II	60.00	3.20	-	60	110	55	80
Babylon I	60.00	2.70	25	35	40	18	25
Babylon II	124.00	2.70	40	60	100	50	50
Giza	230.00	4.00	55	150	300	50	160
Petra	89.00	2.80	30	30	80	30	30

YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri : Taksim, Talimhane ,
Topçu Caddesi
Yapının Mimarı : -
Otelin Mimarı : -
Açılış Yılı : 1991
Yenilenme Tarihi : -

GENEL ÖZELLİKLER

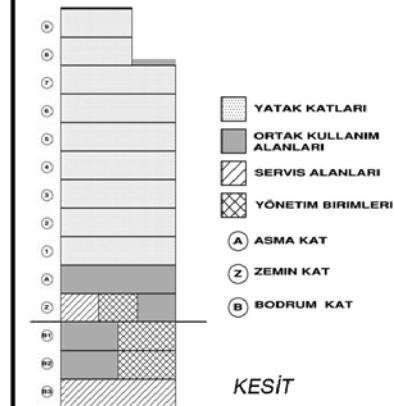
Otel Sınıflandırması : 4 Yıldızlı Kent Otel
Müşteri Portföyü : %80 Turist ,
%20 İş adamı
Oda Sayısı : 181
Yatak Sayısı : 360
Kat Sayısı : Zemin+ Asma Kat+
9 Kat + 3 Bodrum Kat
Asansör Sayısı : 3 Müşteri Asansörü,
2 Servis Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

Restaurant : La Cog Restaurant ,
A La Carte Restaurant
Cafe-Bar : Lobi, Lobi Bar
Toplantı Salonu : 1 adet salon ,
1 business center
Fitness - Spa : Fitness Yok, Sauna
ve hamam var.
Havuz : Açık havuz
(Lion Hotel ile ortak kullanım)
Otopark : Yok. (Vale Parking var)

MEKAN DAGILIMLARI

Zemin kat : Resepsiyon, lobi, bar
ve idari bölüm
Asma Kat : Restaurant, ana mutfak
-1. kat : Satış birimi, muhasebe,
sauna ve hamam
-2. kat : Toplantı salonu ve
çamaşırhane
-3. kat : Teknik servis mekanları,
personel odaları ve
personel yemekhanesi
1-9. kat : Yatak katları



KESİT

5- TITANIC CITY HOTEL



ŞEMATİK PLAN

TITANIC CITY HOTEL							
SALON	ALAN (m ²)	BOYUTLAR	TİYATRO DÜZENİ	SINIF DÜZENİ	BOARD DÜZENİ	U DÜZENİ	GÜN IŞIĞI
Phuket	78.00	13,50 x 5,80 x 3,20	90	48	44	40	-
Majorca	50.00	6,85 x 7,40 x 3,20	55	36	24	30	-
Azor	28.00	5,00 x 5,50 x 3,20	35	18	21	18	-
Savlo	60.00	8,20 x 7,20 x 2,90	60	45	24	30	-
Karina	110.00	16,50 x 7,00 x 3,15	120	60	48	40	-
Porto	65.00	8,25 x 7,10 x 3,15	60	48	24	30	-
Berneço	42.00	6,70 x 6,30 x 3,15	50	36	24	26	-

YAPININ KİMLİĞİ (Aygün Otel yenilenerek Titanic Otel olarak işletmeye açılmıştır.)

Yapının Yeri : Taksim, Talimhane, Lamartın Caddesi
 Yapının Mimarı : -
 Otelin Mimarı : Sinan Kafadar
 Metex Design Group
 Açılış Yılı : 2008
 Yenilenme Tarihi : -

GENEL ÖZELLİKLER

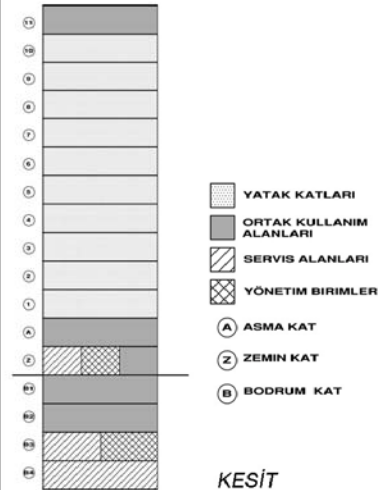
Otel Sınıflandırması : 4+ Yıldızlı Kent Otel
 Müşteri Portföyü : %50 Turist, %50 İş adamı
 Oda Sayısı : 183
 Yatak Sayısı : 400
 Kat Sayısı : Zemin + Asma Kat +
 11 Kat + 4 Bodrum Kat
 Asansör Sayısı : 3 Müşteri Asansörü,
 1 Servis Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

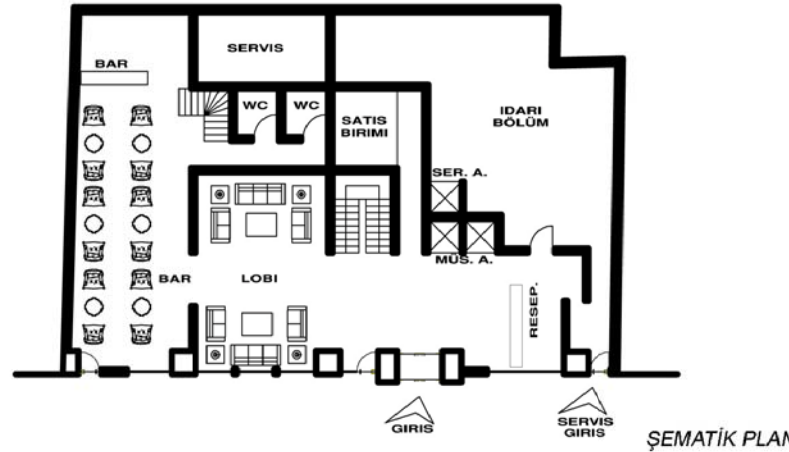
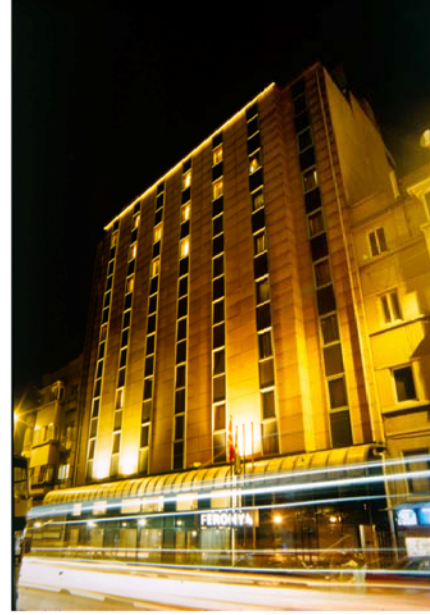
Restaurant : Alesta A la Carte Rest., Titanic Coffee
 Toplantı Salonu : 7 adet salon, 1 business center
 Fitness - Spa : Var.
 Havuz : Kapalı havuz
 Otopark : Yok. (Vale Parking var)

MEKAN DAĞILIMLARI

Zemin kat : Resepsiyon, Lobi, Cafe, İdari Bölüm,
 Toplantı Salonu, Satış Bölümü
 Asma kat : Restaurant, 3 adet toplantı salonu,
 Ana mutfak
 1.kat : Toplantı Salonu, Fuaye Alanı
 -2.kat : Fitness-Spa ve havuz
 -3.kat : İdari Bölüm, Yemekhane
 Personel Odaları
 -4.kat : Teknik hacimler
 1-10.kat : Yatak katları
 11.kat : Bar



6-FERONYA HOTEL



YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri	: Taksim, Talimhane , Abdülhakhamit Caddesi
Yapının Mimarı	: -
Otel Mimarı	: -
Açılış Yılı	: 1996
Yenilenme Tarihi	: 2008

GENEL ÖZELLİKLER

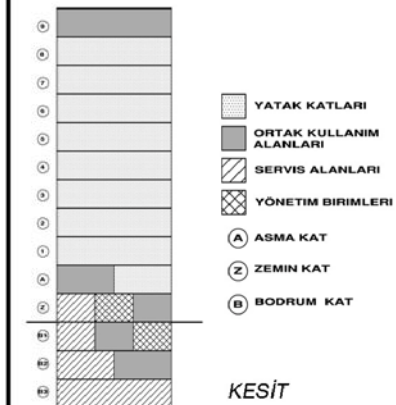
Otel Sınıflandırması	: 4 Yıldızlı Kent Otel
Müşteri Portföyü	: %50 Turist , %50 İş adamı
Oda Sayısı	: 102
Yatak Sayısı	: 220
Kat Sayısı	: Zemin+ Asma Kat+ 9 Kat + 3 Bodrum Kat
Asansör Sayısı	: 2 Müşteri Asansörü, 1 Servis Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

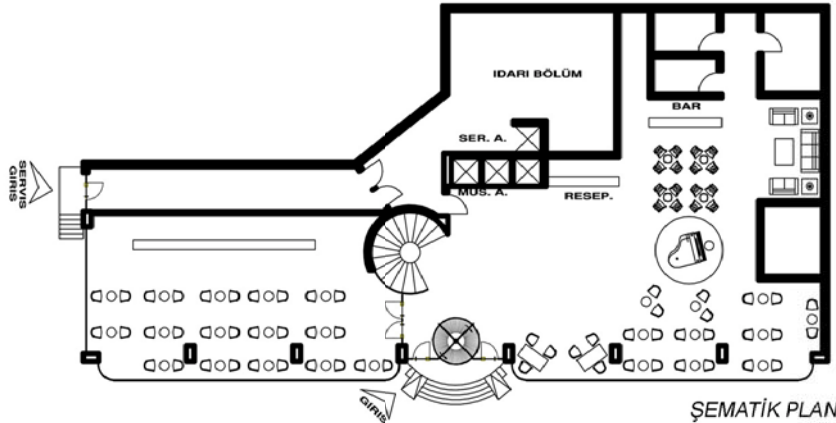
Restaurant	: Roof Restaurant
Cafe-Bar	: Lobi, Snack Bar
Toplantı Salonu	: 3 adet salon , 1 business center
Fitness - Spa	: Yok
Havuz	: Yok
Otopark	: Yok. (Vale Parking var)

MEKAN DAGILIMLARI

Zemin kat	: Resepsiyon, Lobi, Bar ve İdari Bölüm
Asma Kat	: Restaurant, Odalar, Business Center
-1.kat	: Toplantı Salonu, İdari Bölüm, Yemekhane
-2.kat	: Toplantı Salonu, Ana mutfak, Personel Odaları
-3.kat	: Teknik Hacimler
1-8.kat	: Yatak katları
9.kat	: Restaurant



7-ELITE WORLD HOTEL



ŞİŞLİ WORLD HOTEL						
SALON	YÜKSEKLİK	BOYUTLAR	ALAN (m ²)	TİYATRO DÜZENİ	RESEPSİYON DÜZENİ	BANKET DÜZENİ
Lazerar Ballroom	5.20	18,50 x 21,50	400,00	400	200	450 240
Galata Meeting Room	3.20	18,40 x 14,60	270,00	300	168	270 180
Pera Meeting Room	3.20	18,40 x 15,20	280,00	300	168	270 180
Beylerbeyi Meeting Room	3.20	15,20 x 8,50	135,00	90	60	135 80
Ayasofya Meeting Room	3.20	13,50 x 8,50	110,00	80	54	110 60
Rumeli Meeting Room	3.20	13,50 x 8,50	110,00	80	54	110 60
Pier Loft Meeting Room	3.20	13,50 x 8,50	110,00	80	54	110 60
Club Room A	3.20	6,90 x 3,50	25,00	-	15	- -
Club Room B	3.20	5,60 x 5,30	30,00	-	18	- -

YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri : Taksim, Talimhane , Şehit Muhtar Caddesi
 Yapının Mimarı : -
 Otelin Mimarı : -
 Açılış Yılı : 2008
 Yenilenme Tarihi : -

GENEL ÖZELLİKLER

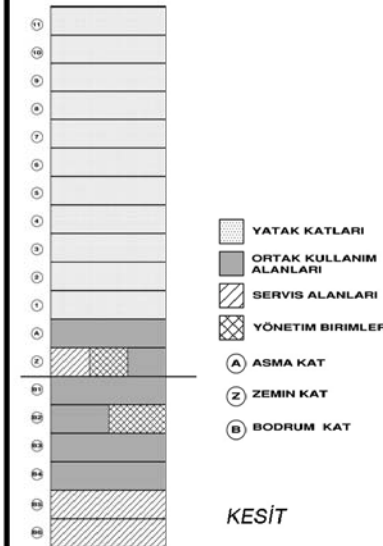
Otel Sınıflandırması : 5 Yıldızlı Kent Otel
 Müşteri Portföyü : %45 Turist , %55 İş adamı
 Oda Sayısı : 245
 Yatak Sayısı : 406
 Kat Sayısı : Zemin+ Asma Kat+ 11 Kat + 6 Bodrum Kat
 Asansör Sayısı : 3 Müşteri Asansörü, 1 Servis Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

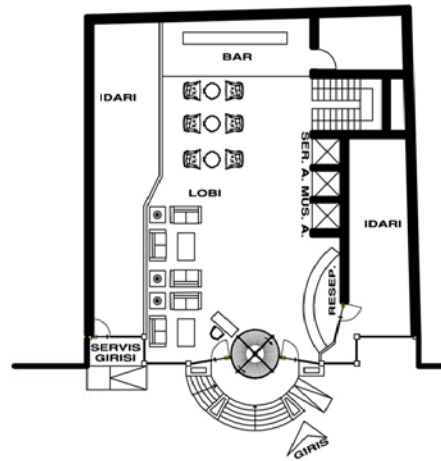
Restaurant : The Brasserie , Elite Restaurant
 Cafe-Bar : Lobby Lounge , Lobby Bar , Coffee Company
 Toplantı Salonu : 9 adet salon , 1 business center
 Fitness - Spa : Var.
 Havuz : Kapalı havuz
 Otopark : Yok. (Vale Parking var)

MEKAN DAĞILIMLARI

Zemin kat : Resepsiyon, Lobi, Restaurant, Bar ve idari bölüm
 Asma Kat : Restaurant, Ana mutfak, Toplantı S.
 -1.kat : Balo Salonu, Toplantı Salonu
 -2.kat : Toplantı Salonu, İdari Bölüm
 -3.kat : Toplantı Salonları
 -4.kat : Fitness- Spa Center
 -5.kat : Çamaşırhane, Personel Odaları, Yemekhane
 -6.kat : Kazan Dairesi, Depo, Elektrik
 1-11.kat : Yatak katları



8-ELITE WORLD PRESTIGE HOTEL



ŞEMATİK PLAN

ELITE WORLD PRESTIGE							
SALON	BOYUTLAR	ALAN (m2)	TYATRO DÜZENİ	SİNEF DÜZENİ	U DÜZENİ	BANKET DÜZENİ	KORTEYİL DÜZENİ
Manolya Ball Hall	12,20 x	210,00	250	130	55	150	200
Niğfer Con. Hall	12,20 x 17,50 x 4,00	130,00	150	60	35	80	120
Yeşim Con. Hall	5,70 x 6,40 x 4,00	20,00	30	15	14	-	-
Fulya Con. Hall	5,70 x 6,40 x 4,00	20,00	30	15	14	-	-
Lobby Meeting Room	-	-	10	-	-	-	-
Elite Restoran	-	180,00	-	-	-	150	-
Lobby Lunch Bar	-	150,00	-	-	-	-	200
Gardenia Teras Bar	-	135,00	-	-	-	80	150

YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri : Taksim, Talimhane ,
Şehit Muhtar Caddesi

Yapının Mimarı : -

Otelin Mimarı : Nihat Aydoğdu

Açılış Yılı: 2002

Yenilenme Tarihi : -

GENEL ÖZELLİKLER

Otel Sınıflandırması : 4+ Yıldızlı Kent Otelii

Müşteri Portföyü : %70 Turist ,

%30 İş adamı

Oda Sayısı : 102

Yatak Sayısı : 206

Kat Sayısı : Zemin+ Asma Kat+

9 Kat + 5 Bodrum Kat

Asansör Sayısı : 2 Müşteri Asansörü,

1 Servis Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

Restaurant : Begonia Salonu ,

Elite Restaurant

Cafe-Bar : Lobby Lounge,

Gardenia Teras Bar

Toplantı Salonu : 5 adet salon ,

1 business center

Fitness - Spa : Var.

Havuz : Kapalı havuz

Otopark : Yok. (Vale Parking var)

MEKAN DAĞILIMLARI

Zemin kat : Resepsiyon, lobi, bar
ve idari bölüm

Asma Kat : Restaurant ,ana mutfak

-1.kat : Satış birimi, muhasebe ,

kahvaltı salonu

-2.kat : Balo Salonu, fuaye

-3.kat : Toplantı Salonları

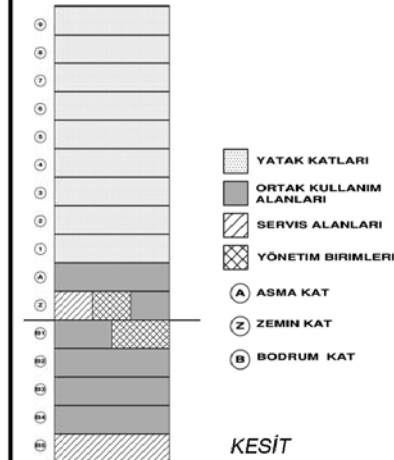
-4.kat : Fitness- Spa Center

-5.kat : Çamaşırhane,

Personel Odası

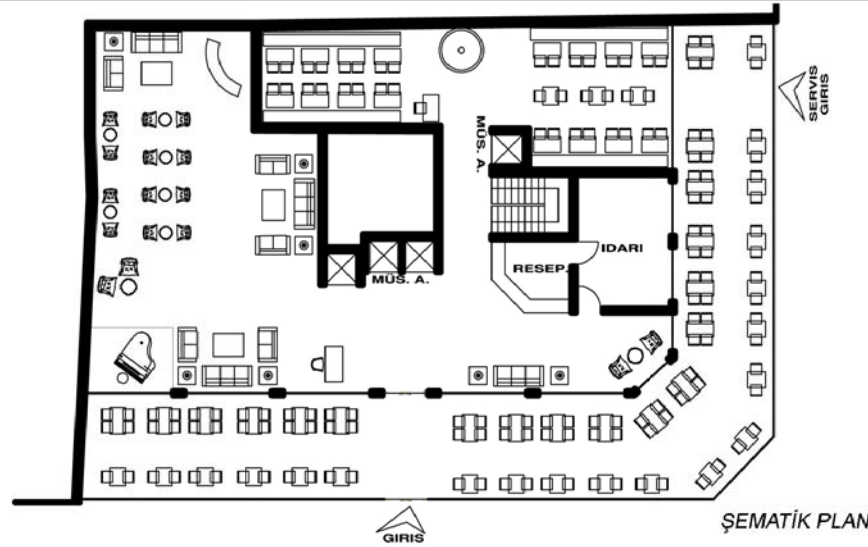
ve Teknik Hacimler

1-9.kat : Yatak katları



KESİT

9-ERESİN TAXİM & PREMIER HOTEL



ERESİN HOTEL							
SALON	ALAN (m2)	BOYUTLAR	TİYATRO DÜZENİ	U DÜZENİ	KOKTEYL DÜZENİ	YEMEK DÜZENİ	SINIF DÜZENİ
Pera Room	78.00	12,90 x 5,90	100	40	120	60	45
Taksim Room	60.00	11,50 x 5,30	75	23	80	40	30
Marmara Room	26.00	6,30 x 4,10	24	16	30	24	16
Galata Room	34.00	5,90 x 5,65	40	21	50	40	18

YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri : Taksim, Talimhane ,
Recepapaşa Caddesi
Yapının Mimarı : -
Otelin Mimarı : Nuri ÇAĞ
Açılış Yılı : 1986
Yenilenme Tarihi : 2006

GENEL ÖZELLİKLER

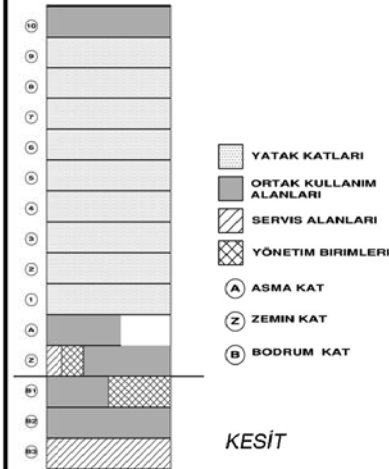
Otel Sınıflandırması : 4+ Yıldızlı Kent Otel
Müşteri Portföyü : %20 Turist ,
%80 İş adamı
Oda Sayısı : 137
Yatak Sayısı : 288
Kat Sayısı : Zemin+ Asma Kat+
10 Kat + 3 Bodrum Kat
Asansör Sayısı : 3 Müşteri Asansörü,
1 Servis Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

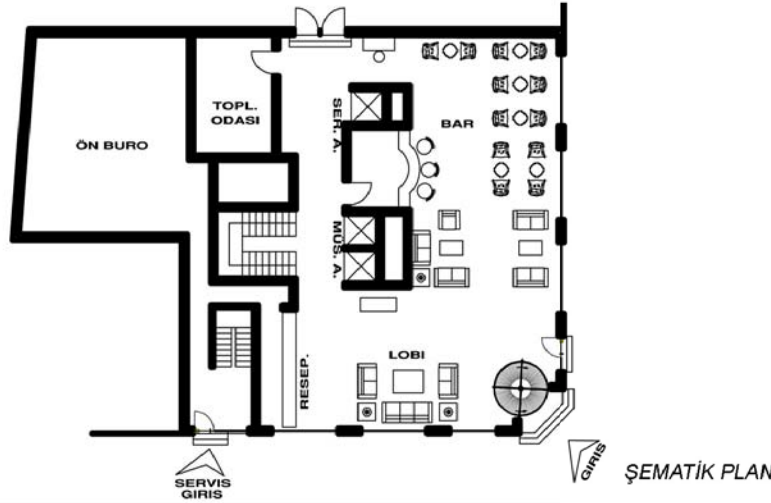
Restaurant : The Hideout Istanbul,
Eresin Restaurant
Cafe-Bar : Lobi, L' oranj Cafe&Bar,
Eresin Taxim Bar
Toplantı Salonu : 4 adet salon ,
1 business center
Fitness - Spa : Var.
Havuz : Kapalı havuz
Otopark : Yok. (Vale Parking var)

MEKAN DAĞILIMLARI

Zemin kat : Resepsiyon, Lobi, Bar,
İdari Bölüm, Restaurant
Asma Kat : Toplantı salonu
-1.kat : Toplantı Salonu,
İdari Bölüm
-2.kat : Çamaşırhane,
Personel Odaları,
Havuz, Fitness-spa
-3.kat : Teknik Hacimler
1-9.kat : Yatak katları
10.kat : Restaurant



10-THE GREENPARK HOTEL



GREENPARK HOTEL								
SALON	YÜKSEKLİK	ALAN (m ²)	TIYATRO DÜZENİ	BLOCK MASA DÜZENİ	SINIF DÜZENİ	U DÜZENİ	BANKET DÜZENİ	KORTEYL DÜZENİ
Markiz (VIP)	3.00	50		14				
Galata	3.40	70	80	30	24	26	50	80
Gümüşsuyu	3.40	70	80	30	24	26	50	80
Green Park	3.40	120	120	50	50	40	100	130
Kartepe	3.40	190	190	60	80	50	140	200
Pendik	3.40	80	80	30	30	28	60	90

YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri : Taksim, Talimhane ,
Topçu Caddesi

Yapının Mimarı : -
Otel Mimarı : -
Açılış Yılı : 1995
Yenilenme Tarihi : 2005

GENEL ÖZELLİKLER

Otel Sınıflandırması : 4 Yıldızlı Kent Otel
Müşteri Portföyü : %30 Turist ,
%70 İş adamı

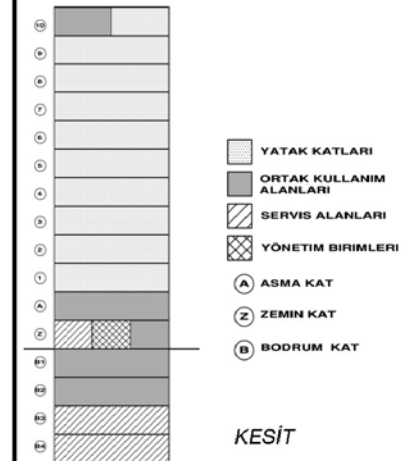
Oda Sayısı : 179
Yatak Sayısı : 304
Kat Sayısı : Zemin + Asma Kat +
10 Kat + 4 Bodrum Kat
Asansör Sayısı : 3 Müşteri Asansörü,
1 Servis Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

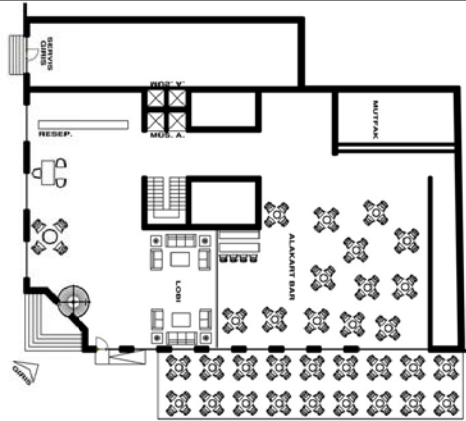
Restaurant : Pera Restaurant,
Gaya Restaurant
Cafe-Bar : Aphrodite Bar,
Nastolgia Cafe-Bar
Toplantı Salonu : 5 adet salon ,
1 business center
Fitness - Spa : Var.
Havuz : Var.
Otopark : Yok. (Vale Parking var)

MEKAN DAĞILIMLARI

Zemin kat : Resepsiyon, Lobi, Bar
ve İdari bölüm,
Toplantı salonu
Asma Kat : Restaurant ,
Toplantı Salonu
-1. kat : Toplantı Salonu
-2. kat : Havuz, Fitness-spa
-3. kat : Personel odaları ve
Personel yemekhanesi
-4. kat : Teknik Hacimler
1-9 kat : Yatak katları
10. kat : Oda, Restaurant
Not : (Otelde idari grup bulunmamaktadır.
Yönetim otel dışında konumlanmaktadır.)



11- LARESPARK HOTEL



ŞEMATİK PLAN

LARESPARK HOTEL								
SALON	ALAN (m2)	BOYUTLAR	TİYATRO DÜZENİ	SINIF DÜZENİ	U DÜZENİ	BANKET DÜZENİ	BLOK DÜZENİ	U DÜZENİ
Lapis	123.00	17,50 x 7,00 x 2,40	120	100	50	65	52	25
Akik	32.00	4,45 x 7,30 x 2,70	20	-	15	-	14	-
Lal	80.00	10,55 x 7,56 x 2,40	60	36	32	50	32	-
Turkaz VIP	84.00	10,50 x 8,00 x 2,85	70	50	25	50	28	-
Yakut Ballroom	367.00	21,00 x 17,50 x 3,00	300	200	54	250	60	-
Firuze	101.00	13,50 x 7,50 x 2,90	95	60	35	60	37	-
Opal	83.00	12,65 x 6,57 x 2,90	80	48	30	36	35	-
Safir	33.00	6,30 x 6,20 x 2,90	-	-	-	-	12	-
Mercan	39.00	6,87 x 5,70 x 3,00	24	18	11	12	16	-
Topaz	33.00	6,95 x 4,90 x 2,75	-	-	-	-	12	35

YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri : Taksim, Talimhane ,
Topçu Caddesi
Yapının Mimarı : -
Otel Mimarı : -
Açılış Yılı : 1999
Yenilenme Tarihi : -

GENEL ÖZELLİKLER

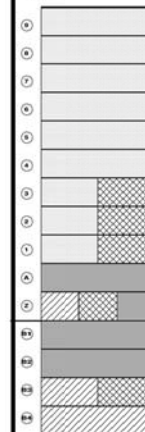
Otel Sınıflandırması : 4+ Yıldızlı Kent Otel
Müşteri Portföyü : %30 Turist ,
%70 İş adamı
Oda Sayısı : 164
Yatak Sayısı : 320
Kat Sayısı : Zemin+ Asma Kat+
9 Kat + 4 Bodrum Kat
Asansör Sayısı : 2 Müşteri Asansörü,
2 Servis Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

Restaurant : Portofino Stage Rest.,
Turkuaz Restaurant
Cafe-Bar : Park Cafe
Toplantı Salonu : 10 adet salon ,
1 business center
Fitness - Spa : Var.
Havuz : Var.
Otopark : Yok. (Vale Parking var)

MEKAN DAĞILIMLARI

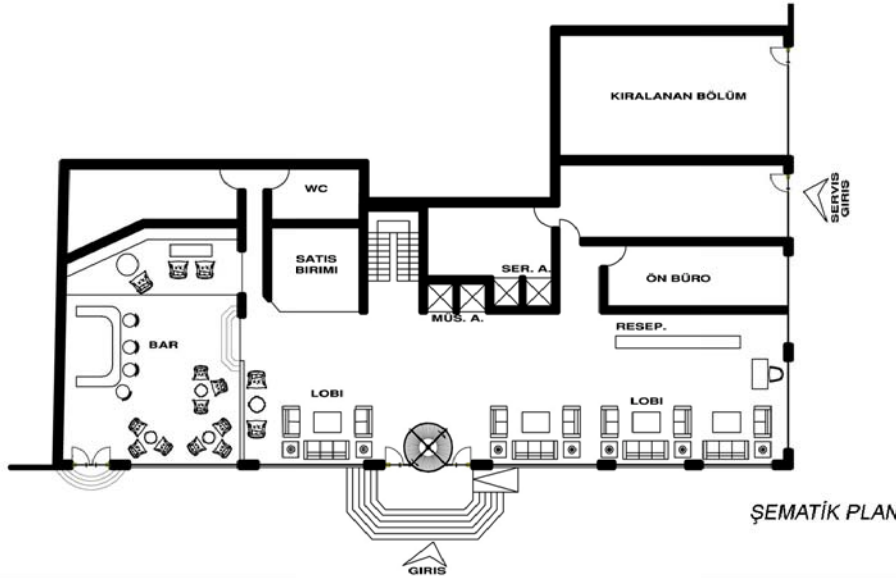
Zemin kat : Resepsiyon, Lobi, Bar
ve İdari Bölüm
Asma Kat : Restaurant, Toplantı
salonu, Business Center,
İdari bölüm
-1.kat : Balo Salonu, Fuaye
-2.kat : Toplantı Salonu, Pastane
-3.kat : Fitness- Spa,
Personel Odaları
-4.kat : Yemekhane,
Teknik Hacim
1-3.kat : Yatak katları, İdari Bölüm
3-9.kat : Yatak katları



- YATAK KATLARI
- ORTAK KULLANIM ALANLARI
- SERVİS ALANLARI
- YÖNETİM BİRİMLERİ
- ASMA KAT
- ZEMİN KAT
- BODRUM KAT

KESİT

12-GRAND ÖZTANIK HOTEL



ŞEMATİK PLAN

GRAND ÖZTANIK HOTEL	
SALON	KAPASİTE
Tropicano 1	200
Tropicano 2	100
Grand Ballroom	450

YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri : Taksim, Talimhane ,
Topçu Caddesi

Yapının Mimarı : -
Otel Mimarı : -
Açılış Yılı : 2005
Yenilenme Tarihi : -

GENEL ÖZELLİKLER

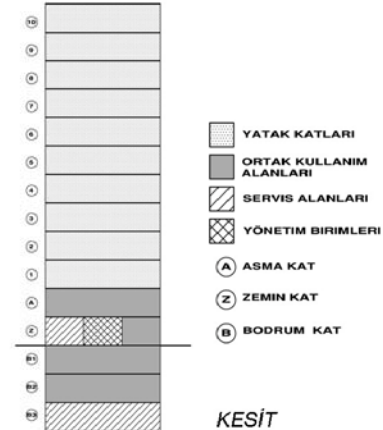
Otel Sınıflandırması : 4 Yıldızlı Kent Otel
Müşteri Portföyü : %60 Turist ,
%40 İş adamı
Oda Sayısı : 193
Yatak Sayısı : 402
Kat Sayısı : Zemin+ Asma Kat+
10 Kat + 3 Bodrum Kat
Asansör Sayısı : 2 Müşteri Asansörü,
2 Servis Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

Restaurant : Mango Restaurant
Cafe-Bar : Lobi, Safari Cafe-Bar
Toplantı Salonu : 3 adet salon ,
1 business center
Fitness - Spa : Var.
Havuz : Var.
Otopark : Yok. (Vale Parking var)

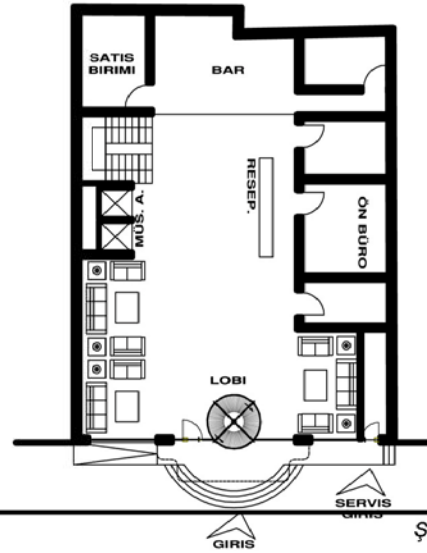
MEKAN DAĞILIMLARI

Zemin kat : Resepsiyon, Lobi, Bar,
İdari Bölüm
ve Satış Bölümü
Asma Kat : Toplantı salonu,
Restaurant, Ana mutfak
-1.kat : Toplantı Salonu,
Pastane, İdari Bölüm
-2.kat : Fitness-Spa, Havuz
-3.kat : Personel Odaları,
Yemekhane,
Teknik Hacimler
1-10.kat : Yatak katları



KESİT

13-GOLDENPARK HOTEL



ŞEMATİK PLAN

GOLDEN PARK HOTEL							
SALON	ALAN (m ²)	BOYUTLAR	U DÜZENİ	SINIF DÜZENİ	TYATRO DÜZENİ	BANKET DÜZENİ	KORTEYL DÜZENİ
Daphne	5.20	2.30 X 1.03 X 3.10	70	150	200	200	300
Daphne 1. Bölüm	3.20	1.02 X 1.03 X 3.10	30	50	70	70	150
Daphne 2. Bölüm	3.20	7.50 X 1.01 X 3.10	50	80	100	90	120
Tulip	3.20	6.35 X 9.20 X 2.50	20	50	75	50	10

YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri : Taksim, Talimhane ,
Lamartine Caddesi
Yapının Mimarı : -
Otelin Tasarlayanı : Aydın Arıtkök
Açılış Yılı : 2008
Yenilenme Tarihi : -

GENEL ÖZELLİKLER

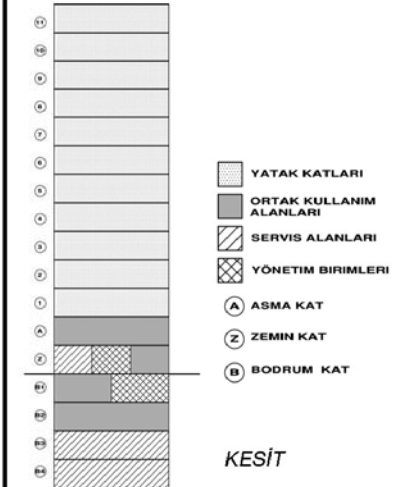
Otel Sınıflandırması : 4 Yıldızlı Kent Otel
Müşteri Portföyü : %40 Turist ,
%60 İş adamı
Oda Sayısı : 83
Yatak Sayısı : 205
Kat Sayısı : Zemin+ Asma Kat+
11 Kat + 4 Bodrum Kat
Asansör Sayısı : 2 Müşteri Asansörü,
1 Servis Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

Restaurant : Daphne Restaurant,
Tulip Restaurant
Cafe-Bar : Lobi, Bar
Toplantı Salonu : 2 adet salon ,
1 business center
Fitness - Spa : Var.
Havuz : Var.
Otopark : Yok. (Vale Parking var)

MEKAN DAĞILIMLARI

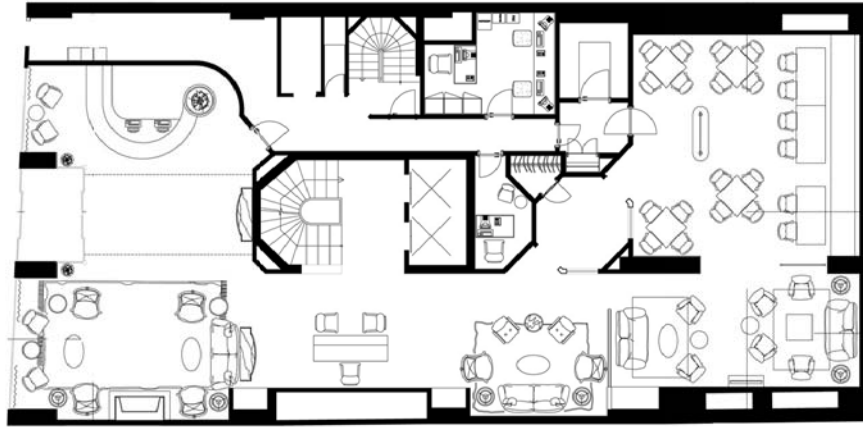
Zemin kat : Resepsiyon, Lobi, Bar ,
İdari Bölüm
ve Satış Birimi
Asma Kat : Restaurant
-1.kat : Toplantı Salonu,
İdari Bölüm
-2.kat : Fitness-Spa, Havuz
-3.kat : Personel Odaları,
Yemekhane
-4.kat : Teknik Hacimler
1-11.kat : Yatak katları



YATAK KATLARI
ORTAK KULLANIM ALANLARI
SERVİS ALANLARI
YÖNETİM BİRİMLERİ
A ASMA KAT
Z ZEMİN KAT
B BODRUM KAT

KESİT

14-THE CENTRAL PALACE



ŞEMATİK PLAN

THE CENTRAL PARK HOTEL						
SALON	ALAN (m ²)	BOYUTLAR	TİYATRO DÜZENİ	SINIF DÜZENİ	U DÜZENİ	KOKTEYL DÜZENİ
Laçın	50.00	7,50 x 7,25 x 3,00	40	30	21	35
Toygun	70.00	11,00 X 6,35 X 3,00	80	56	36	70

YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri : Taksim, Talimhane ,
Lamartine Caddesi
Yapının Mimarı : -
Otel Mimarı : Sinan Kafadar
(Metex Design Group)
Açılış Yılı : 2003
Yenilenme Tarihi : 2008 (Ek Bina)

GENEL ÖZELLİKLER

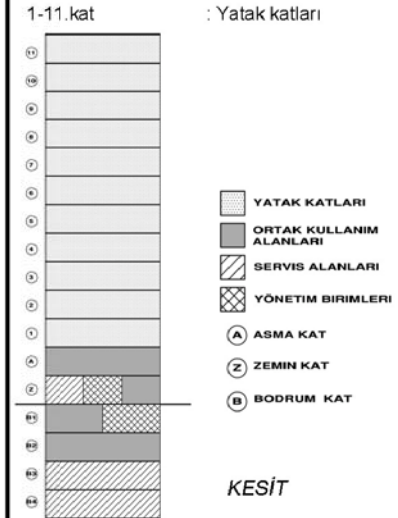
Otel Sınıflandırması : Özel Konaklama Tesisi
Müşteri Portföyü : %10 Turist ,
%90 İş adamı
Oda Sayısı : 107
Yatak Sayısı : 220
Kat Sayısı : Zemin + Asma Kat +
11 Kat + 3 Bodrum Kat
Asansör Sayısı : 2 Müşteri Asansörü,
1 Servis Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

Restaurant : Wellness Restaurant
Leyl-ü Nehar Rest.
Cafe-Bar : Lobi, Lobi Bar, Teras Bar
Toplantı Salonu : 4 adet salon,
1 business center
Fitness - Spa : Var
Havuz : -
Otopark : Yok. (Vale Parking var)

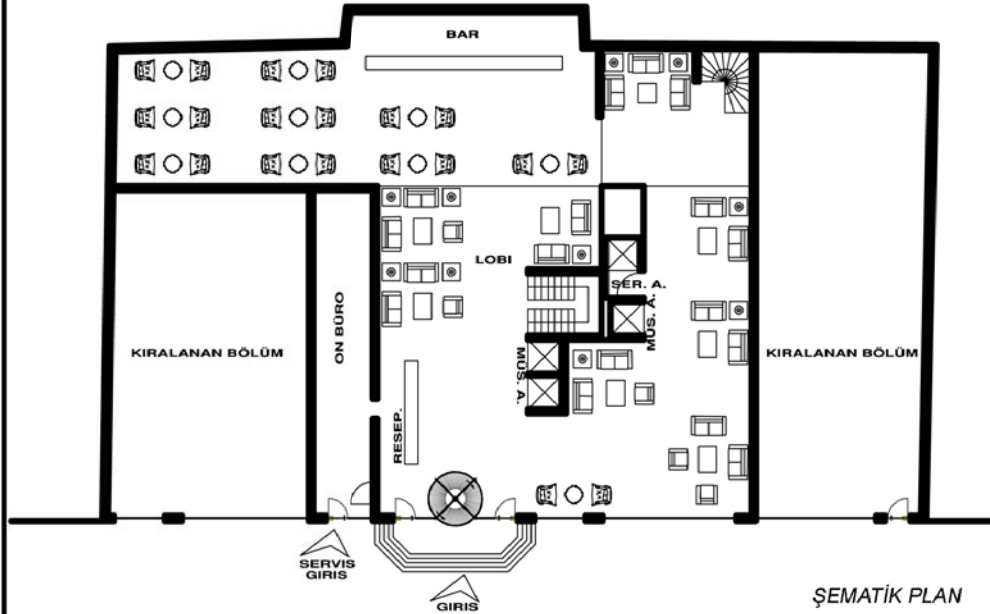
MEKAN DAĞILIMLARI

Zemin kat : Resepsiyon, lobi, bar
ve idari bölüm
Asma Kat : Cafe, Toplantı salonu
-1.kat : Restaurant
-2.kat : Toplantı salonu
ve çamaşırhane
-3.kat : Teknik servis mekanları,
personel odaları ve
Personel Yemekhanesi
1-11.kat : Yatak katları



KESİT

15- CYRSTAL HOTEL



ŞEMATİK PLAN

YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri	: Taksim, Talimhane , Recepaşa Caddesi
Yapının Mimarı	: -
Otel Mimarı	: Aydın Arıttürk
Açılış Yılı	: -
Yenilenme Tarihi	: 2009

GENEL ÖZELLİKLER

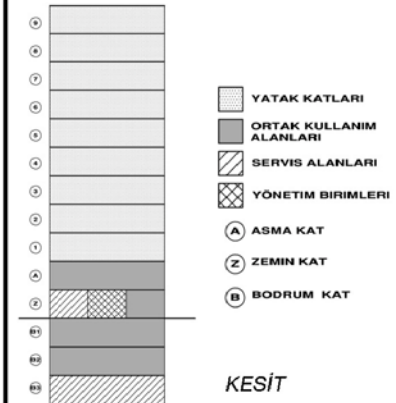
Otel Sınıflandırması	: 4+ Yıldızlı Kent Otel
Müşteri Portföyü	: %30 Turist , %70 İş adamı
Oda Sayısı	: 215
Yatak Sayısı	: 430
Kat Sayısı	: Zemin+ Asma Kat+ 9 Kat + 3 Bodrum Kat
Asansör Sayısı	: 2 Müşteri Asansörü, 2 Servis Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

Restaurant	: Crystal Restaurant, Kahvaltı Salonu
Cafe-Bar	: Lobi, lobi bar, teras bar
Toplantı Salonu	: 3 adet salon , 1 business center
Fitness - Spa	: Fitness yok, spa var.
Havuz	: Var.
Otopark	: Yok. (Vale Parking var)

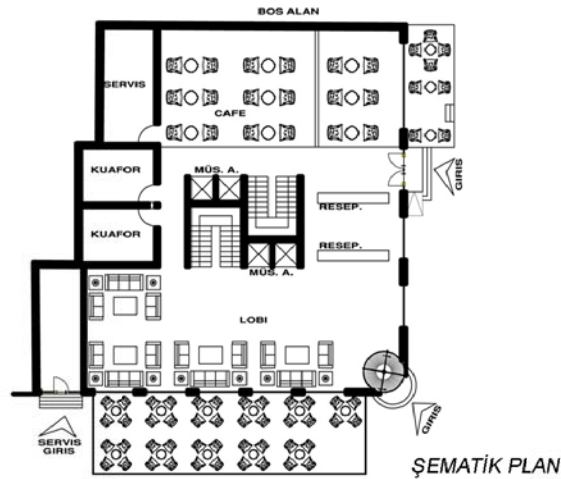
MEKAN DAĞILIMLARI

Zemin kat	: Resepsiyon, Lobi, Bar ve İdari Bölüm
Asma Kat	: Restaurant, İdari Bölüm ve Odalar
-1.kat	: Toplantı Salonu, İdari Bölüm
-2.kat	: Fitness- Spa, Havuz, Toplantı Salonu
-3.kat	: Personel Odaları, Yemekhane, Teknik Hacimler
1-9.kat	: Yatak katları, Bar



KESİT

16-TAKSİM GÖNEN HOTEL



GÖNEN HOTEL			
SALON	ALAN (m ²)	BOYUTLAR	KAPASİTE
Salon Tuna	116.35	17.90 x 6.50	150
Salon Dicle	56.27	9.30 x 6.05	45
Salon Meriç	39.60	6.60 x 6.00	35
Salon Ceyhan	81.60	12.00 x 6.80	
Salon Gökkuş	46.80	7.80 x 6.00	
Roof Büyük Salon	80.93	9.75 x 8.30	
Roof Küçük Salon	51.48	7.10 x 7.25	

YAPININ KİMLİĞİ

Yapının Yeri : Taksim, Talimhane ,
Aydede Caddesi
Yapının Mimarı : -
Otel Mimarı : -
Açılış Yılı : 1999
Yenilenme Tarihi : 2005

GENEL ÖZELLİKLER

Otel Sınıflandırması : 4+ Yıldızlı Kent Otel
Müşteri Portföyü : %30 Turist ,
%70 İş adamı
Oda Sayısı : 156
Yatak Sayısı : 300
Kat Sayısı : Zemin+ Asma Kat+
11 Kat + 4 Bodrum Kat

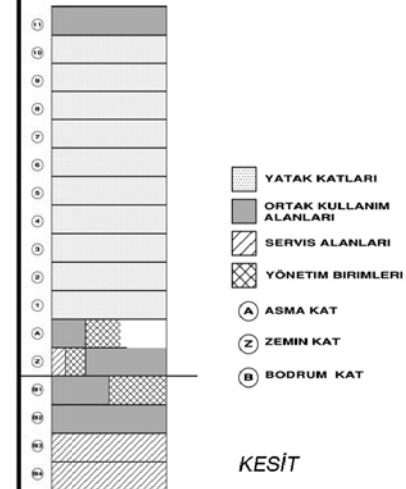
Asansör Sayısı : 4 Müşteri Asansörü

GENEL MEKAN ÖZELLİKLERİ

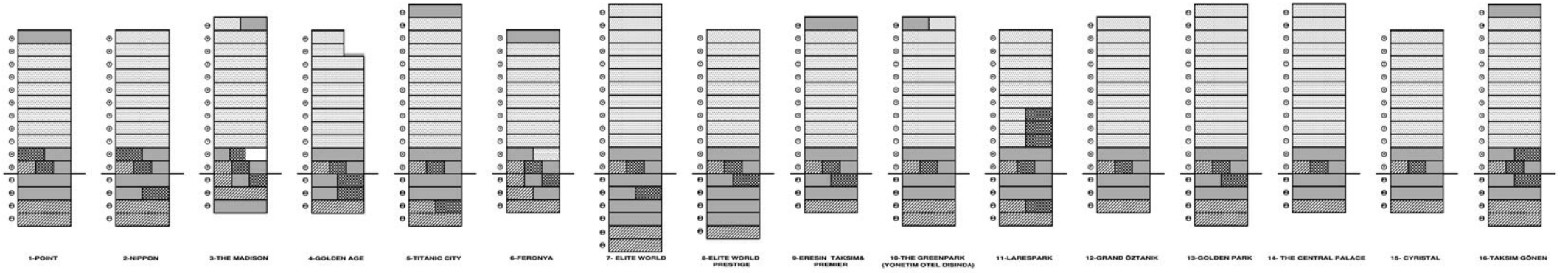
Restaurant : Roof Restaurant,
Zümrüt Restaurant,
Çınarlı Restaurant
Cafe-Bar : Lobi, Kehri Bar, Roof Bar
Toplantı Salonu : 7 adet salon ,
1 business center
Fitness - Spa : Var.
Havuz : Açık ve kapalı havuz
Otopark : Var.

MEKAN DAĞILIMLARI

Zemin kat : Resepsiyon, Lobi, Cafe,
Restaurant ve
İdari Bölüm
Asma Kat : Bar, Toplantı salonu,
İdari Bölüm
-1.kat : Restaurant, İdari Bölüm
-2.kat : Toplantı Salonu,
Fitness-Spa-Havuz
-3.kat : Yemekhane, Ana mutfak
-4.kat : Personel Odaları,
Teknik Hacimler
1-10.kat : Yatak katları
11.kat : Toplantı Salonu,
Restaurant, Açık Havuz



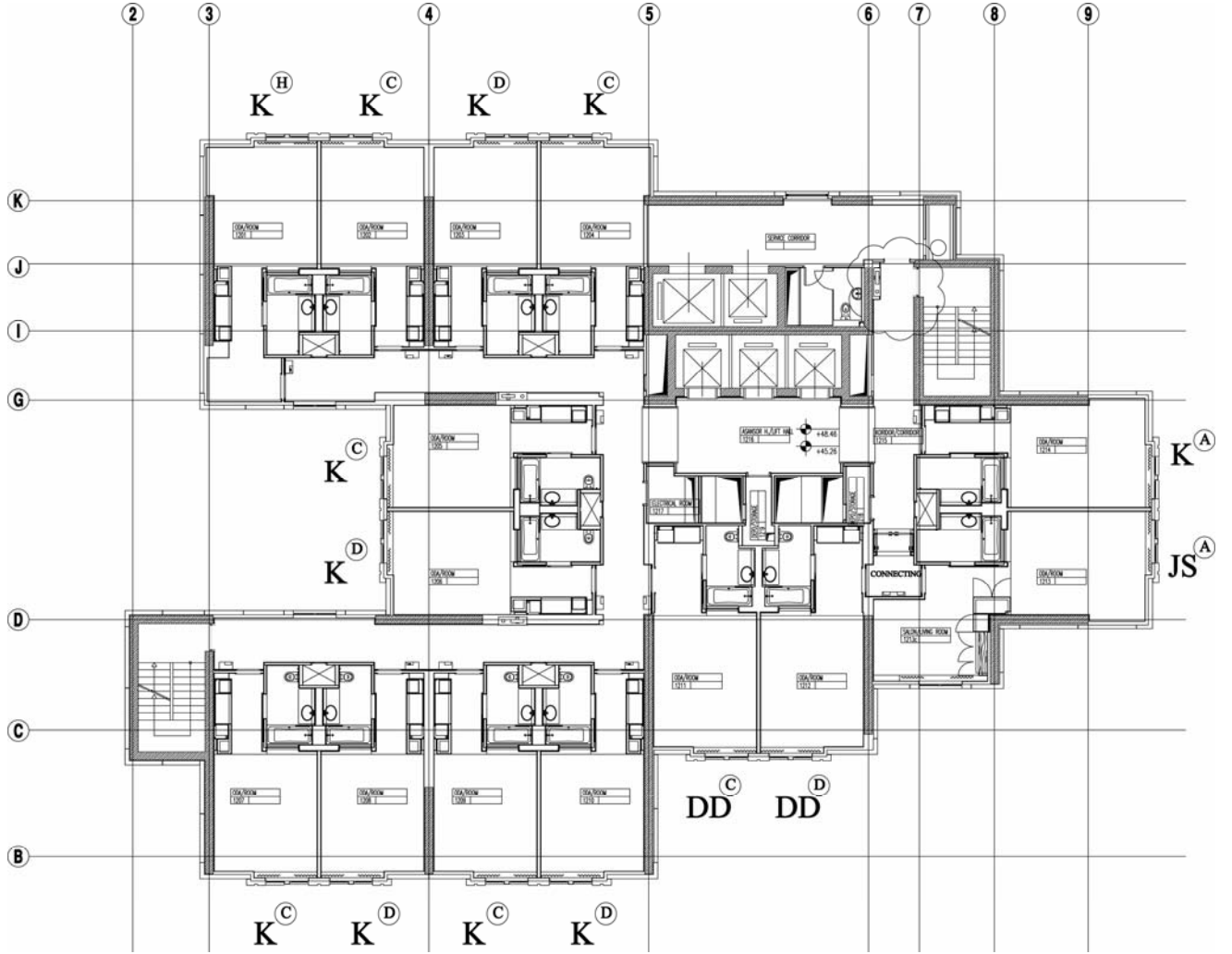
- YATAK KATLARI
- ORTAK KULLANIM ALANLARI
- ▨ SERVİS ALANLARI
- ▣ YÖNETİM BİRİMLERİ
- Ⓐ ASMA KAT
- Ⓩ ZEMİN KAT
- Ⓑ BODRUM KAT



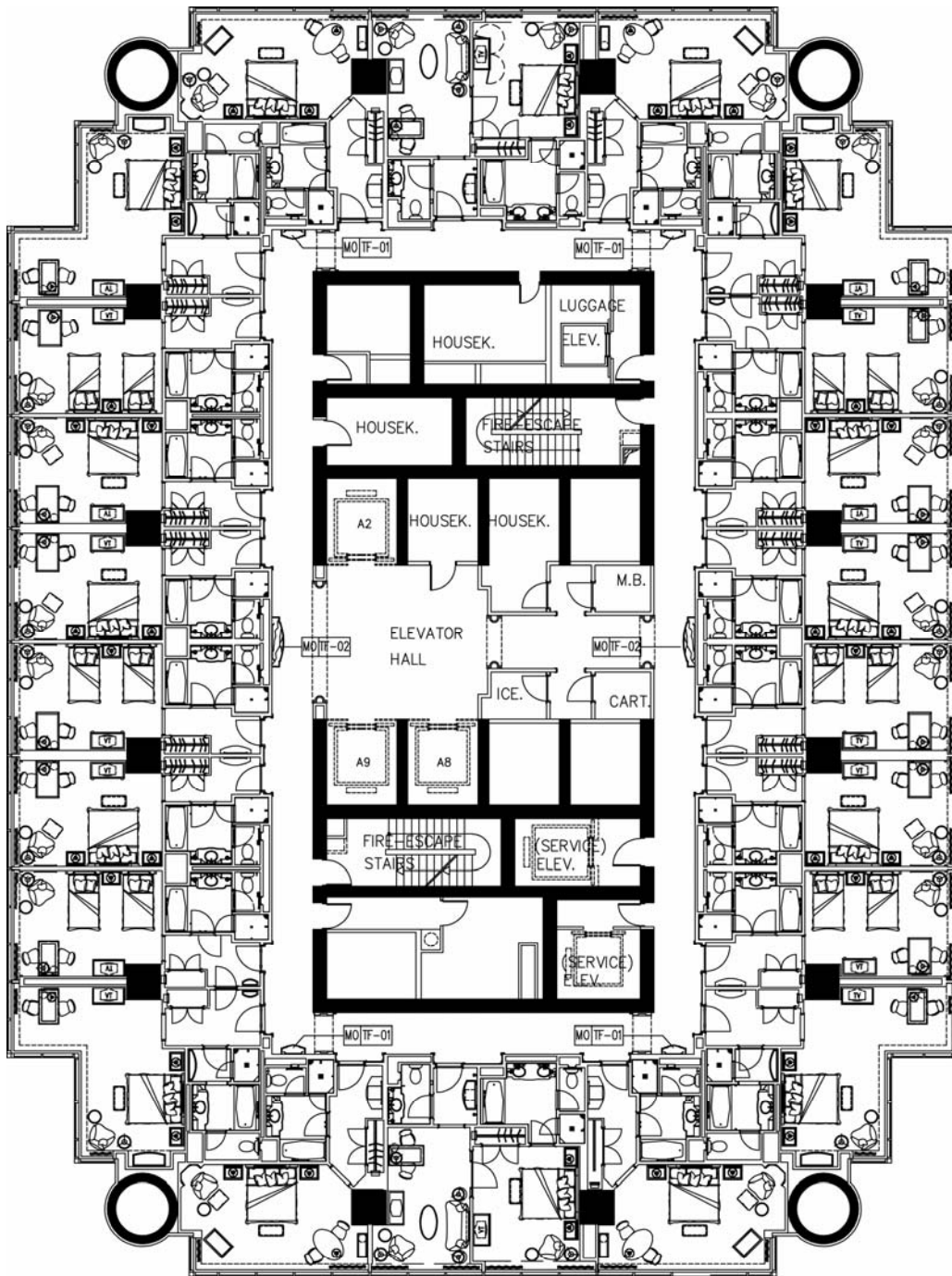
OTELLER BEKLENİLEN KAT DAĞILIMLARI

- YATAK KATLARI
- ORTAK KULLANIM ALANLARI
- ▨ SERVİS ALANLARI
- ▩ YÖNETİM BİRLİKLERİ
- ASMA KAT
- ZEMİN KAT
- BODRUM KAT

İSTANBUL'DAKİ DÖRT OTELİN YATAK KAT PLANLARI

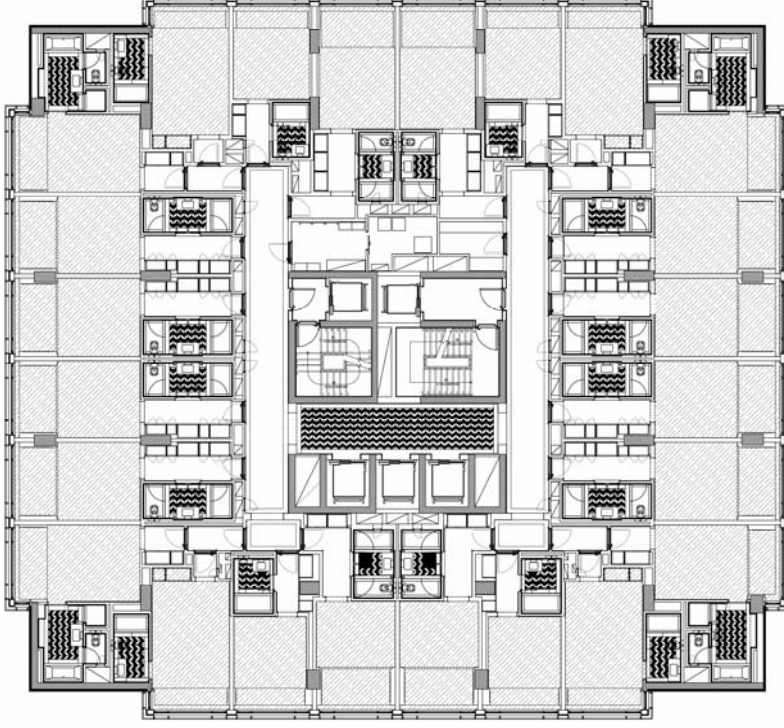


Resim 24 Movenpick Otel İstanbul Yatak Katı Planı (Metex Design Grup)



BOSHPHORUS VIEW
 TYPICAL GUESTROOM LEVEL GENERAL LAYOUT
 (4-10 TH FLOOR)

Resim 25 Ritz Carlton Otel İstanbul Yatak Katı Planı (Metex Design Grup)



Resim 26 Divan Otel İstanbul Yatak Katı Planı (Divan Otel, yeni yerleşim planı)



Resim 27 Point Otel, Barbaros İstanbul Yatak Katı Planı (Point Otel)

ÖZGEÇMİŞ

Doğum Tarihi 24.06.10985

Doğum yeri Bursa

Lise 2000-2003 Bursa Anadolu Lisesi

Lisans 2003-2007 Yıldız Teknik Üniversitesi
Mimarlık Fakültesi Mimarlık Bölümü

Yüksek Lisans 2007- Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü
Mimarlık Anabilim Dalı, Mimari Tasarım Programı

Yaptığı Stajlar

2005 Yaz Dönemi Mimarlık 2000 Bursa

2005 Yaz Dönemi Sadıkoğlu İnş. Müte.Taah.Tic.LTD.ŞTİ İstanbul

2006 Yaz Dönemi TAŞ YAPI İstanbul (Almond Hill)

2006 Yaz Dönemi Norm Mimarlık İstanbul

Çalıştığı kurum 2007-

Yüksel Karapınar Mimarlık Ofisi