



## Atmosfer Unsurlarından Renklerin Otel Lobileri Açısından Değerlendirilmesi: Ali's Farm Butik Otel & Spa Örneği

### *The Evaluation of Colors as Atmospheric Elements in Terms of Hotel Lobbies: Example of Ali's Farm Boutique Hotel & Spa*

Banu GÜRNEŞ BOZ<sup>1</sup>, Erdem TEMELOĞLU<sup>2</sup>, Murat AKSU<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale, Türkiye

<sup>2</sup>Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Ayvacık Meslek Yüksekokulu, Çanakkale, Türkiye

<sup>3</sup>Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Çanakkale, Türkiye

**ORCID:**

**B.G.B.:** 0000-0002-5978-1994

**E.T.:** 0000-0001-8572-9172

**M.A.:** 0000-0001-9881-4739

**Corresponding Author:**

Banu GÜRNEŞ BOZ

**Email:**

banu.boz@comu.edu.tr

**Citation:** Gürneş-Boz, B. Temeloğlu, E. ve Aksu, M. (2021). Atmosfer unsurlarından renklerin otel lobileri açısından değerlendirilmesi: Ali's Farm Butik Otel & Spa örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11 (3): 632-644.

**Submitted:** 10.05.2021

**Accepted:** 20.09.2021

### Özet

Konaklama işletmelerinden biri olan oteller müşterilerin memnuniyetini arttırmak amacıyla atmosfer unsurlarını etkin şekilde kullanmaktadır. Bu unsurlar görsel işaretler, işitsel işaretler, koku, duygusal tepki, bilişsel tepki ve davranışsal tepkiler oluşturmaktadır. Görsel işaretlerden biri olan renkler, otel ile ilgili önemli atmosfer unsurudur. Bu çalışmanın amacını atmosfer unsurlarından biri olan renklerin otel lobilerindeki kullanımının incelenmesi oluşturmaktadır. Bu kapsamda Çanakkale İli Assos Bölgesi'nde bulunan Ali's Farm Butik Otel & Spa işletmesi örnek olarak seçilmiştir. Otel lobisinin duvar, tavan ve mobilyalarında kullanılan renkler incelenmiştir. Bulgulara göre otelin duvarlarında kullanılan krem renk çok geniş olmayan alanın daha geniş algılanmasını sağlamıştır. Otel duvarlarında kullanılan taşlar ise Kuzey Ege kültürünü yansıtmaktadır. Tavanda kullanılan beyaz renk de yükseklik algısının azalmasına engel olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Ali's Farm Butik Otel & Spa, Atmosfer, Çanakkale, Otel İşletmesi, Renk

### Abstract

Hotels, which are common accommodation establishments, use atmospheric elements effectively to increase the satisfaction of customers. These elements constitute visual cues, auditory cues, smells, and emotional, cognitive, and behavioral responses. Colors, one of the visual cues, are an important atmospheric element associated with the hotel. The aim of this study is to examine the use of colors, one of the atmospheric elements, in hotel lobbies. In this context, Ali's Farm Boutique Hotel & Spa in Çanakkale Province Assos Region has been chosen as an example. The colors used in the walls, ceilings, and furniture of the hotel lobby were examined. According to the findings, the cream color used on the walls of the hotel made the area that is not very large appear wider. The stones used in the hotel walls reflect the North Aegean culture. It has been observed that the white color used on the ceiling also prevents a decrease in height perception.

**Keyword:** Ali's Farm Boutique Hotel & Spa, Atmosphere, Çanakkale, Hotel Managment, Color.

## 1. GİRİŞ

Otel işletmelerinde artan rekabet hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati gibi konulara önem kazandırmıştır. Bundan dolayı otel işletmeleri kendilerini diğer işletmelerden farklılaştırmak için bu konulara daha fazla önem vermeye başlamışlardır. Bunu sağlamanın yollarından biri de atmosfer unsurlarının kullanılmasıdır. Atmosfer unsurlarını görsel işaretler (renk, mekân ve işlev, aydınlatma), işitsel işaretler (müzik ve müziksiz ortam), koku, duygusal tepki, bilişsel tepki ve davranışsal tepkiler oluşturmaktadır (Lin 2004: 167-168). Otel işletmelerinde atmosferi etkileyen unsurların bilinmesi ve bu unsurların kullanılması büyük önem arz etmektedir (Aksu, 2012). Otel işletmeleri tüketicilerin görsel, işitsel, kokusal v.b. duyularına hitap edecek şekilde atmosfer ortamı oluşturarak, kendilerine özgü hizmet atmosferini yaratabilmektedir (Karkın, 2009).

Müşterilerin konaklayacağı otel girişi memnuniyeti etkileyen ilk izlenimi oluşturması nedeniyle önemli bir unsur olmaktadır. Bu nedenle otel lobileri bu izlenimi sağlamada oldukça büyük önem arz etmektedir (Öztürk ve Seyhan, 2005). Lobi, müşterileri resepsiyona, yiyecek-icecek ve toplantı salonlarına, rekreasyon faaliyetlerinin gerçekleştirildiği alanlara ve diğer mekanlara ulaştıran; açık mekanları birbirine bağlayan ve otelin merkezi konumundaki yerdir. Ayrıca lobiler müşterilerin kabul edilme, kayıt işlemlerini yapma, bilgi alma gibi ön büro hizmetlerini sağlayan bankoları ve bekleme mekânını da bulundurmaktadırlar (Yolcu, 2006). Ancak bireylerin bir otel lobisine ilişkin algıları yalnızca ön büro ile ilgili olarak kalmamakta; çalışanlar ve müşteriler, aydınlatma, zeminler, mobilyalar, sanat eserleri ve duvarların rengi gibi diğer birçok unsuru da içermektedir (Lin, 2004).

İnsan hayatında önemli bir yere sahip olan renklerin kişiler üzerinde de oldukça büyük etkisi bulunmaktadır. Renklerin önemi mekanlar açısından değerlendirildiğinde ise bu önem daha da fazla ön plana çıkmaktadır. Şöyle ki bir mekanda kişilerin maruz kaldığı ve dikkatlerini çeken ilk şey renktir ve mekânlarda tercih edilen renkler kişiler üzerinde olumlu veya olumsuz duygulara sebep olabilmektedir. Bu nedenle renk seçimleri dikkatli yapılmalıdır. Doğru renk seçiminin bir diğer önemi mekândaki kişilerin eylemlerini daha rahat ve istekli şekilde gerçekleştirmesini sağlamasıdır. Renklerin en önemli ve ilk amacı ise kişiler üzerinde duygusal etki bırakmaktır. Bir mekan doğru planlansa dahi renk açısından donuk ve yetersiz olması mekanın doğru şekilde algılanamamasına, kişiler üzerinde istenilmeyen duygular bırakmasına sebep olabilmektedir (Atik, 2019: 68).

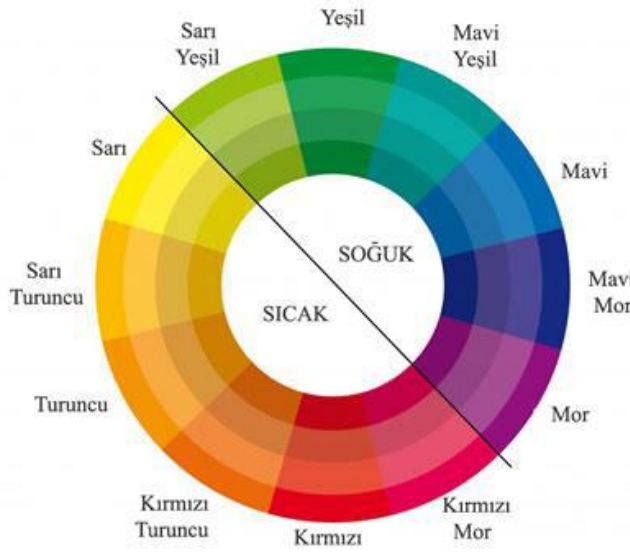
Bundan dolayı çalışmanın amacı atmosfer unsurlarından biri olan renklerin otel lobilerinde kullanımının araştırılması oluşturmaktadır. Bu kapsamda Çanakkale İli Assos Bölgesi'nde bulunan Ali's Farm Butik Otel & Spa işletmesi örnek olarak seçilmiş ve otel lobisinde kullanılan renkler incelenmiştir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Renk Kavramı

Renkler, geçmişten günümüze yaşamı anlamlı ve anlaşılır hale getiren ipuçlarını içermektedir. Bundan dolayı renkler, toplumsal yaşamın her kademesi ve alanında önemli ve etkin rol oynamaktadır (Özer, 2012: 269). Renklerin insan psikoloji üzerindeki etkileri incelendiğinde, renklerin beyinde bazı merkezleri uyardığı ve bunun sonucunda bazı salgıların fazla salgılandığı ortaya koyulmaktadır. Örneğin, kırmızı rengin adrenalin salgısını harekete geçirdiği ve hareketi, saldırganlığı, heyecanı ve cinsel duyguları artırdığı belirtilmektedir (Sözen, 2003: 57). Yapılan incelemeler sonucunda renkler, sarı, kırmızı, turuncu gibi sıcak renkler; mavi, yeşil, mor gibi soğuk renkler olarak ikiye ayrılmaktadır. Sıcak renklerin insanı aktif, heyecan verici, vahşi, sıcak, canlı harekete geçirdiği, enerji verdiği ve dinamizmi artırdığı; soğuk renklerin ise insanda,

sakinlik, güven, rahatlık, uyusukluk gibi duyguları oluşturduğu belirtilmiştir (Özer, 2012: 272; Becer, 2011: 57-59).



Şekil 1. Renk Çemberi

Kaynak: Eraslan, U. R. 2015: 155

Renklerin insanların üzerindeki etkisi mekânlarda kullanılan renklere de dikkat etmeyi gerektirmektedir. Mekânlar renk kullanımı sıcak ve soğuk renkler olarak incelendiğinde kırmızı, turuncu ve sarı renkler sıcak renkler; mavi ve mor soğuk renkler olarak belirtilmiştir. Buna göre kırmızı renk, hareketin yoğun olduğu yerler için uygun renktir. Mutfak, çocuk odaları, dans stüdyoları, diskotekler topluma açık olan için ideal olup; koyu tonları yoğun ve sıkıcı bir atmosfer yaratacağı için tercih olarak önerilmemektedir. Turuncu renk ise mutfakta, çocuk odalarında, yemek odası ve koridorlarda sıcaklık yaratmaktadır. Neşe ve mutluluk vermesi istenen ortamlarda ve geniş alanlarda kullanılması uygun olup; büro, çalışma odası ve yatak odası için uygun olmamaktadır. Sarı renk ise mutfak için çok uygun olup; çalışma odalarında ve dinlenme amaçlı ortamlarda kullanılması önerilmemektedir. Mavi renk, sakinleşme, stres atma, dinlenme amaçlı olan her yerde kullanılabilir. Bu renk hareketin ve çalışmanın çok olduğu yerlerde kullanılmamalıdır. Koyu tonları olumsuz etkiler, tembellik ve melankoli yaratabilmektedir. Yeşil renk koyu tonları zemin döşemesinde, fayanslarda kullanılabilir. Avlu, giriş gibi alanlarda kullanıldığında insana huzur vermektedir. Genellikle yatıştırıcı özelliğinden dolayı hastane odalarında tercih edilmektedir. Mor renk, meditasyon odaları için idealdir. Bu renk kendine güven duygularını harekete geçirmektedir. Bu rengin parlak, göz alıcı renklerle birleştiğinde olumsuz etkisi olabilmektedir (Ustaoğlu, 2007: 77-78).

Renklerin bir diğer özelliği de kullanıldıkları mekânda hacimsel farklılıklar oluşturabilmesidir. Bir mekanın tasarımında renklerin kullanıldıkları yüzey, kullanıldığı miktar önemli birer unsur olmaktadır. Farklı renk tür ve tonları da farklı derinlik algısının oluşturulmasında kullanılabilir. Sıcak renklerin daha yakında, soğuk renklerin ise daha uzakta algılanması söz konusu duruma verilebilecek örneklerdendir. Bu şekilde iç mekânda yanlış seçilen ve uygulanan renkler kullanıcılar üzerinde olumsuz sonuçlar doğurabilen durumlara neden olabilmektedir (Özsavaş, 2016: 451). Bu nedenle renklerin iç mekânlarda kullanılırken dikkatli olunması önemlidir.

Renklerin, mekânlara dar ya da geniş, alçak ya da yüksek, büyük ya da küçük ve yakın ya da uzak gibi etkiler yaratması nedeniyle bir mekanın ölçülerinin iyi bilinmesi gerekmektedir. Mekânda yakınlık hissi veren renkler turuncu, kırmızı ve sarı renkleri iken yeşil ve mavi renkler

daha az yakınlık hissi oluşturmaktadır. Açık değerli renkler, mekânda daha önde ve büyük algılanmaktadır (Alici, 2019).

**Tablo 1.** Mekânın Renksel Psikolojik Etkileri

	Sıcak Renk Koyu Değer	Koyu Değer	Sıcak Renk Açık Değer	Soğuk Renk Açık Değer
<b>Tavan</b>	Kasvetli, Tehditkar	Kapatici, Örtücü	Manevi Baskı Verici	Yükseltici
<b>Duvar</b>	Çevreleyici, Sarıcı	Soğuk	Hareketlendirici	Yönlendirici, Serin
<b>Döşeme</b>	Tutucu, Sağlam, Emniyetli	Ağır	Yükseltici, Kaldırıcı	Emniyetsiz, Koşmaya, Teşvik Edici

**Kaynak:** Demirci, 2008: 87

## 2.2. Atmosfer Kavramı

Atmosfer, hem günlük yaşamda hem de iş yaşamında kullanılan bir kavram olmakla birlikte günümüzde hizmet sektöründeki işletmeleri de yakından ilgilendirmekte ve gittikçe söz konusu işletmeler açısından önemli bir hale gelmektedir (Aksu, 2012). Kotler'e göre atmosfer, alıcılarda belirli bir etki yaratmak için bir yerin bilinçli bir şekilde tasarımının yapılması şeklinde tanımlanmaktadır (Kotler, 1973: 50). Atmosfer unsurlarını görsel işaretler (renk, mekan ve işlev, aydınlatma), işitsel işaretler (müzik ve müziksiz ortam), koku, duygusal tepki, bilişsel tepki ve davranışsal tepkiler oluşturmaktadır (Lin 2004: 167-168).

Atmosfer, müşterilerin otel işletmesini değerlendirmeleri açısından büyük bir öneme sahipken atmosferik unsurlar da müşteri memnuniyeti, tekrar ziyaret etme niyeti ve kişisel rahatlık üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Ayazlar ve Artuğer, 2015). Atmosfer ortamının sağlanmasındaki temel amaç tüketiciyi duygusal anlamda etkilemektir. Bu şekilde tüketicinin satın alma kararının olumlu yönde verilmesi sağlanmış olacaktır (Karaca ve Köroğlu, 2018). Müşterilerin otel ile ilgili ilk izlenimleri giriş kapısından girdiği zaman oluşmaktadır. Bu nedenle otel girişlerindeki lobilerin müşterilerin otelden alacakları hizmet ve bulunacakları ortam hakkında ipuçları vermesi ve bu ipuçları sayesinde kaliteli bir hizmet alacakları ve otelden memnun ayrılacakları gibi izlenimler oluşturmaları önemlidir (Arslan, 2004 akt. Levent, 2020). Tüm bu sebeplerden dolayı otel işletmecilerinin otel lobisini oluşturan unsurları anlaması ve daha iyi bir izlenim oluşturacak gerekli düzenlemelerin yapılmasını sağlaması gerekmektedir (Countryman ve Jang, 2006).

Bir mekânın algılanmasında ışık, renk ve mekânsal organizasyon gibi unsurlar oldukça etkili olduğundan otellerde tercih edilen renklerin rastgele seçilmemesi gerekmektedir. Renklerin müşteriler üzerinde bıraktığı izlenimin iyi bir şekilde analiz edilmesi ve renklerin bu kapsamda değerlendirilerek tercih edilmesi gerekmektedir. Şöyle ki soğuk renklerin orta yaş ve üzerine hitap edilen otellerde tercih edilmesi gerekirken; canlı ve sıcak renklerin gençlere hitap eden otellerde tercih edilmesi gerekmektedir. Sunulan hizmetin türü ve ürünleri bir otelin renklerini otelin konseptini belirleyen unsurlardır (Akaydın, 2007 akt. Levent, 2020). Diğer bir ifadeyle renklerin otellerin faaliyet amacına uygun olarak kullanılmalıdır. Ayrıca renklerin, oteller tarafından mimari algıları değiştirebilmek için yararlanılabilecek unsurlardan olmaktadır (Karkın, 2009). Çünkü renklerin birbirleriyle olan uyumu bir mekânın farklı şekillerde algılanmasını sağlayabilmektedir (Manav, 2015).

Literatür incelemesi sonucunda işletmelerdeki atmosfer unsurları ve bu unsurlardan renklerin önemi ile ilgili çalışmalar bulunmaktadır. Countryman ve Jang (2006) tarafından bir

otel lobisinin fiziksel ortamını oluşturan (renk, aydınlatma, düzen, stil ve mobilyalar) atmosferik unsurlarını inceledikleri çalışmada, bir otel lobisinin genel izlenimi ile renk, aydınlatma ve stil faktörlerinin önemli olduğu, en önemli atmosferik unsurun ise renk olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Naqshbandi ve Munir'in (2011) kongre ve butik otellerin lobileri ile ilgili atmosferik unsurları tanımlanması amacıyla yapmış oldukları çalışmaları sonucunda kongre ve butik otel lobileri izlenimi üzerinde en etkili faktörün aydınlatma boyutu, kongre otellerinde en düşük değerlendirilen boyutun stil; butik otellerde ise stil ve renkler olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

Saatci, Temeloğlu ve Aksu'nun (2019) restoran yöneticilerinin restoran atmosferini oluştururken dikkat ettikleri unsurların ortaya çıkarılması amacıyla yapmış oldukları çalışma sonucunda elde ettikleri bulgulardan biri de restoranların renk tercihlerinin iştah açan ve satın alma davranışı ortaya çıkmasına neden olan renklerden yana olduğu ile ilgili olmaktadır.

### 3. ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ

Çalışmanın amacı atmosfer unsurlarından biri olan renklerin otel lobilerinde kullanımının araştırılması oluşturmaktadır. Bu kapsamda Çanakkale İli Assos Bölgesi'nde bulunan Ali's Farm Butik Otel & Spa işletmesi örnek olarak seçilmiş ve otel lobisinde kullanılan renkler incelenmiştir.

### 4. YÖNTEM

Çalışmada atmosfer unsurlarından biri olan renklerin otel lobilerindeki kullanımının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda Çanakkale İli Assos Bölgesi'nde bulunan Ali's Farm Butik Otel & Spa işletmesi örnek olarak seçilmiş ve otelin lobisinin duvar, tavan ve mobilyalarındaki renkler incelenmiştir. Ali's Farm Butik Otel & Spa'nın seçilme nedeni bölgede çiftlik ve otel tarzında hizmet veren başka bir konaklama işletmesinin olmamasıdır. Araştırmaya konu olan ve 2017 yılından beri faaliyet göstermekte olan Ali's Farm Butik Otel & Spa Çanakkale İli'nin Ayvacak İlçesine bağlı Assos-Sivrice Koyu'nda bulunmaktadır. Kendisine ait çiftlik bünyesinde birçok hayvanı barındıran otel ayrıca arazisinde ayrılan bir bölümde geleneksel metotlar ve Anadolu tohumları ile yetiştirdiği yiyecekleri mutfağında kullanmaktadır. Araştırmada ilk olarak literatür taraması yapılmış ve çalışmanın kavramsal kısmı oluşturulmuştur. Ali's Farm Butik Otel & pa işletmesi 8 Ocak 2021 tarihinde ziyaret edilerek gerekli izin alınmış ve otel işletmesinin lobisi fotoğraflanmıştır. Elde edilen veriler incelenmiş ve değerlendirilmiştir.

Otel işletmelerinde atmosfer unsurlarından biri olan renklerin otel lobilerinde kullanımının araştırıldığı bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan durum çalışması kullanılmıştır. Durum çalışması; *"tek bir durum ya da olayın derinlemesine boylamsal olarak incelendiği, verilerin sistematik bir şekilde toplandığı ve gerçek ortamda neler olduğuna bakıldığı bir yöntem"* olarak tanımlanmaktadır (Subaşı ve Okumuş, 2017: 420). Bu açıdan incelendiğinde, araştırma deseni öncelikli olarak çalışmanın yapılacağı otel işletmesinin belirlenmesi ile başlamaktadır. Daha sonra, belirlenen otel işletmesinden izin alınmış ve otel lobisinde kullanılan duvar renkleri fotoğraflanmıştır. Tüm fotoğraflar incelenmiş ve çalışmaya uygun açılardan çekilen, renkleri net olarak gösteren ve otel lobisinin bütünlüğünü yansıtan fotoğraflar değerlendirmeye alınmıştır. Söz konusu fotoğraflar çalışmaya eklenerek okuyucuya görsellik oluşturulmuştur. Ayrıca, araştırma amacına uygun olarak bir kontrol listesi oluşturulmuştur. Otel lobisi bu kontrol listesindeki sorulara göre incelenmiş ve otel lobisinde kullanılan renklerle ilgili yorumlarda bulunulmuştur.

Tablo 2. Otel Lobisinde Kullanılan Renklere Yönelik Kontrol Listesi

Sorular	Evet	Hayır
1. Otel lobisinin duvarlarında açık renkler kullanılmış mıdır?	√	
2. Otel lobisinin duvarlarında sıcak renkler kullanılmış mıdır?	√	
3. Otel lobisinin tavanlarını alçak olarak göstermek için sıcak ve koyu renkler kullanılmış mıdır?		√
4. Otel lobisinin tavanlarını yüksek olarak göstermek için soğuk ve açık renkler kullanılmış mıdır?	√	
5. Otel lobisindeki mobilyalarda duvar rengiyle uyumlu renkler kullanılmış mıdır?	√	
6. Otel lobisindeki mobilyalarda etkili renkler mi tercih edilmiştir?	√	

Durum çalışmalarında tek bir durum incelendiğinden dolayı, bu çalışmada atmosfer unsurlarından biri olan renklerin otel lobilerinde incelenmesi için Ali's Farm Butik Otel & Spa işletmesi çalışma grubu olarak belirlenmiştir. Çanakkale ili Assos bölgesi ilkbahar döneminde başlayarak sonbahar sonuna kadar yoğun bir turist ağırlayan destinasyondur. Destinasyonun kendine has birçok özelliği bulunmaktadır. Fakat bu araştırmaya uygun olarak düşünülen en önemli özellikler taş yapıların önemli olması ve ekoturizm yapılmasıdır. Bu nedenle, Ali's Farm Butik Otel & Spa işletmesinin çalışma grubu olarak seçilmesinin nedeni bölgede çiftlik ve otel tarzında hizmet veren başka bir konaklama işletmesinin olmamasıdır.

## 5. BULGULAR

Ali's Farm Butik Otel & Spa'ya ait lobi çok fazla büyük değildir. Araştırma kapsamında otelde çekilen fotoğraflar literatürde belirtilen kapsamda incelenmiş ve aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

**Duvarda Kullanılan Renk:** Otel lobisinin duvarlarında krem rengi kullanılmıştır. Krem rengi, renk çemberine göre sıcak renkler içinde bulunmaktadır.



Resim 1. Lobi Duvarının Yandan Bir Görüntü





**Resim 2.** Lobi Duvarının Önden Bir Görüntü

Açık renkli duvarlar ışığın etkin bir şekilde yansıtılması ve önünde bulunan nesnelere açısından arka plan oluşturulmasında önemlidir. Duvarda koyu renk kullanılması duvarların ışığı yutmasına ve mekânın daha zor aydınlatılmasına neden olmaktadır. Ancak açık ve sıcak renkler mekânı geniş göstermektedir (Demirci, 2008).



**Resim 3.** Lobideki Taş Görünümlü Duvardan Bir Görüntü



**Resim 4.** Lobideki Taş Görünümlü Duvardan Diğer Bir Görüntü

Otelin lobisinin duvarlarının belli yerlerinde taş kullanılmış olup bu durumun “Ege Bölgesi’nde doğal taş malzemeli yapı tiplerinin bölgenin mimari kimliğini” (Eren, Postalcı ve Enşici, 2010) oluşturmasından kaynaklı olup bundan esinlenilerek yapıldığı düşünülmektedir. Duvarlarda kullanılan taşlar ise sıcak ve soğuk renklerin karışımından oluşmakta; taşlarda mor, sarı, turuncu gibi renklerin farklı tonları kullanılmaktadır.

**Tavanda Kullanılan Renk:** Ali’s Farm Butik Otel & Spa’nın lobisinin yaklaşık iki buçuk metre yükseklikteki tavanında beyaz renk kullanılmıştır.



**Resim 5.** Lobiden Bir Görüntü





**Resim 6.** Lobi Tavanından Bir Görüntü

Bir yere en fazla ışık verebilecek ve aydınlatma araçlarından ekonomik anlamda fayda sağlamada tavanda en fazla kullanılan renk beyaz olmaktadır. Tavan renginin bir alanda kullanılan diğer renklerden daha açık renkli olması hâkim olan görüştür. Bir alanda tavan alçak gösterilmek istendiğinde daha koyu renkler kullanılmaktadır. Yüksek tavanların daha alçak algılanması için sıcak renk ve koyu değerler; alçak tavanların yüksek algılanması için soğuk ve açık değerler kullanılmaktadır. Ayrıca düz yüzeyli, açık renkli tavan, ışığı yansıtacağı ve ışığın geri çekilmesini sağlayacağı için, mekânda genişlik hissi de oluşturmaktadır (Demirci, 2008).

**Mobilyada Kullanılan Renk/Renkler:** Ali's Farm Butik Otel & Spa'nın lobisinde bulunan mobilyalarda (koltuk, sehpa, raflar, dolaplar, resepsiyon arkasındaki dolap) ağırlıklı olarak farklı tonlardaki kahverengi renk kullanılmıştır.



Resim 7. Lobinin Önden Bir Görüntüsü



Resim 8. Lobide Kullanılan Mobilyalardan Bir Görüntü



Resim 9. Lobinin Bekleme Bölümünde Kullanılan Mobilyalardan Bir Görüntü

Yukarıda bulunan fotoğraflarda görüldüğü üzere mobilyalarda farklı renk tonlarında kullanılan kahverengi rengi renk çarkında bulunmamakta, sosyal dengeyi, toplum içinde rahatlığı sağlayan ve zihin üzerinde etkili olan bir renk olmaktadır (Ustaoglu, 2007).

## 6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Atmosfer unsurlarından biri olan renklerin otel lobilerindeki kullanımının incelenmesi ve değerlendirilmesi amacıyla hazırlanmış olan bu çalışma sonucunda araştırmaya konu olan Ali's Farm Butik Otel & Spa işletmesinin lobisinin duvarlarında krem, tavanında beyaz ve mobilyalarında (koltuk, sehpa, raflar, dolaplar, resepsiyon arkasındaki dolap) farklı tonlardaki kahverengi renginin kullanıldığı gözlemlenmiştir.

Ali's Farm Butik Otel & Spa'nın duvarlarında kullanılan krem renk çok geniş olmayan alanın daha geniş algılanmasını sağlamıştır. Ayrıca duvarlarının bazı yerlerinde kullanılan taşlar da otelin bulunduğu Kuzey Ege kültürünü yansıtmaktadır. Ali's Farm Butik Otel & Spa'nın yüksek olmayan tavanında kullanılan beyaz renk de tavanın daha yüksek algılanmasına neden olmuştur. Ali's Farm Butik Otel & Spa'nın mobilyalarında ise farklı tonlarda kahverengi rengi kullanılmıştır. Mobilyalar ile duvar rengi arasında bir uyum olduğu söylenebilmektedir. Otelde, kapalı mekanlarda kullanılan ve birbiriyle uyumsuzluk oluşturmayan renkler kullanılmasına rağmen daha farklı renk ve mobilyalar ile daha modern bir görüntü sağlanabileceği düşünülmektedir.

Çalışma kapsamında elde edilen bulgular ışığında sektöre ve akademiye yönelik öneriler aşağıda belirtilmiştir.

- Çalışma butik otelde yapıldığından daha büyük otellerde yapılması genelleştirmeyi kolaylaştıracaktır.
- Çalışmanın farklı butik otellerde yapılarak kıyaslama yoluna gidilmesi büyük önem taşımaktadır.
- Çalışmanın sadece otellerde değil yiyecek içecek işletmelerinde de yapılması renk uyumunun önemini ortaya konmasında büyük önem taşımaktadır.
- Bu tür çalışmalarda farklı disiplinlerdeki akademisyenlerin (psikoloji, iç mimarlık) katılımı çalışmanın daha kapsamlı ve sağlıklı olmasını sağlayacaktır.
- İşletmelerde iç veya dış mekan düzenlemesinde kullanılacak renk ve düzenlemeler ile ilgili mutlaka alanında uzman kişilerden destek alınması gerekmektedir.
- Her işletme yöneticisinin bir hedef kitlesi belirlemesi ve belirlediği hedef kitlesine uygun renk ve düzenlemelerin yapılması büyük önem taşımaktadır.

- Tarihi ve kültürel değer taşıyan mekanlarda orijinalliğine bağlı kalındığından işletme yöneticilerinin iç dizayn ve düzenlemede kullanılan renkler konusunda özen göstermesi büyük önem taşımaktadır.

Otel işletmelerinde önemli bir yere sahip olan atmosfer unsurları ile ilgili çalışmalar artmaktadır. Ancak atmosfer unsurlarından renklerin otellerde ya da otellerin farklı alanlarında kullanımı ile ilgili çalışmaların daha sınırlı olduğu görülmektedir. Söz konusu bu çalışmada içinde bulunulan pandemi süreci gerekse kış mevsiminde otelin faal olmaması otel müşterilerine ulaşılamamasına neden olduğundan otelde belli bir alanda kullanılan renkler incelenmeye çalışılmıştır. Çalışma ileriki dönemlerde otellerin farklı alanlarında kullanılan renklerin müşteriler üzerindeki psikolojik etkisinin araştırılmasını da amaçlayan farklı çalışmalar ile genişletilebilir.

## KAYNAKÇA

- Aksu, M. (2012). Hizmet Kalitesinin Bir Unsuru Olarak Atmosferin Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi: Bozcaada'daki Otellerde Konaklayan Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma (Yayınlanmamış doktora tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Alici, N. (2019). İç Mekânda Renk ve Renklerin İnsan Psikolojisine Etkileri, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C. Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Atik, D. A. (2019). Mekân Tasarımında Renk ve Kültür İlişkisinin İncelenmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Maltepe Üniversitesi, İç Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.
- Ayazlar, G. ve Artuğer, S. (2015). Otel Müşterileri İçin Önemli Olan Atmosferik Unsurların Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 21, 25-33.
- Becer, E. (2011). İletişim ve Grafik Tasarım, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Countryman, C. C. & Jang, S. (2006). The effects of atmospheric elements on customer impression: the case of hotel lobbies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(7), 534-545.
- Demirci, H. (2008). Bina Tasarımında Aydınlatma ve Renk Olgusunun Biyoharmoloji ve Biyosüreç Açısından İncelenmesi (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Fırat Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Elâzığ.
- Eraslan, U. R. (2015). İç Mimarlık Eğitiminde Renk Armonisi. İç Mimarlık Eğitimi 3. Ulusal Kongresi/Atölye, "Kuram ve Uygulama Birlikteliği" Bildiriler Kitabı, 153- 166.
- Eren, Ö. İ., Postalıcı, E. ve Enşici, B. A. (2010). Ege Yerleşmelerinde Kültürel Etkileşimin Mimari İzleri. Sanatta Kimlik ve Etkileşim Sempozyumu, İstanbul, 119-132.
- Karaca, K. Ç. ve Köroğlu, Ö. (2018). Restoran Atmosferinin Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi: Akış Deneyiminin Aracılık Rolü. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, (6)1, 776- 797.
- Karkın, A. G. (2009). Otel İşletmelerinde Hizmet Atmosferi Oluşturulması: Kavramsal Bir Çalışma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, XI (2), 165-181.
- Kotler, P. (1973). Atmospheric as a Marketing Tool, *Journal of Retailing*, 49(4), 48-64.
- Levent, S. (2020). Otel Atmosferinin Turistik Tüketicilerin Tekrar Satın Alma Niyetine Etkisi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Lin, I. Y. (2004). Evaluating A Servicescape: The Effect Of Cognition And Emotion. *Hospitality Management*, 23, 163-178.
- Manav, B. (2015). Renk-Anlam-Mekân İlişkisi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC* July, 5(3), 22-27.
- Naqshbandi, M. M. ve Munir, R. S. (2011). Atmospheric Elements And Personality: Impact On Hotel Lobby Impressions. *World Applied Sciences Journal*, 15(6), 785-792.

- Özer, D. (2012). Toplumsal Düzenin Oluşmasında Renk ve İletişim. ODÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları 3(6), 268-281.
- Özsavaş, N. (2016). İç Mekân Tasarımında Renk Algısı. Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, 9(18), 449-460.
- Öztürk, Y., Seyhan, K. (2005). Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Artırılmasında İşgören Eğitiminin Yeri ve Önemi. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı: 1, 121-140.
- Saatci, G., Temeloğlu, E., Aksu, M. (2019). Restoran Atmosferi Oluşturma Sürecinde Yöneticilerin Dikkat Ettikleri Unsurlar: Bursa Örneği. Journal of Tourism And Gastronomy Studies, 7 (3), 1640-1655.
- Sözen, M. (2003). Sinemada Renk ve Sembolik Anlamlar, 1. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Subaşı, M., Okumuş, K. (2017). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Durum Çalışması. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (21) 2, 419-426.
- Ustaoglu, E. (2007). Renklerin İnsan Yaşamındaki Yeri (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yolcu, E. (2006). Şehir Otelleri, Çevre, Mekân, Tasarım İlkeleri Üzerine (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.