



**KULLANICI İHTİYAÇLARININ  
DEĞERLENDİRİLMESİ SONUCUNDA BİR  
KAFFE İÇ MEKÂN TASARIMI ÖNERİSİ**

Burcu GÜLTAŞ  
Yüksek Lisans Tezi  
Danışman: Doç. Dr. Mehmet SARIKAHYA  
Temmuz, 2024  
Afyonkarahisar

T.C.  
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
SANAT VE TASARIM ANABİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ

KULLANICI İHTİYAÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ  
SONUCUNDA BİR KAFE İÇ MEKÂN TASARIMI  
ÖNERİSİ

Hazırlayan  
Burcu GÜLTAŞ

Danışman  
Doç. Dr. Mehmet SARIKAHYA

AFYONKARAHİSAR 2024

## ETİK VE BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum ‘‘Kullanıcı İhtiyaçlarının Değerlendirilmesi Sonucunda Bir Kafe İç Mekân Tasarımı Önerisi’’ adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlâk ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla doğrularım.

04/07/2024

İmza

Burcu GÜLTAŞ



**T.C.**  
**AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**ENSTİTÜ ONAYI**

<b>Öğrencinin</b>	<b>Adı- Soyadı</b>	Burcu GÜLTAŞ
	<b>Numarası</b>	2200658501
	<b>Anabilim Dalı</b>	Sanat ve Tasarım
	<b>Programı</b>	Sanat ve Tasarım
	<b>Program Düzeyi</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/> Sanatta Yeterlik
<b>Tezin Başlığı</b>	Kullanıcı İhtiyaçlarının Değerlendirilmesi Sonucunda Bir Kafe İç Mekân Tasarımı Önerisi	
<b>Tez Savunma Sınav Tarihi</b>	04.07.2024	
<b>Tez Savunma Sınav Saati</b>	16:00	

Yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez, Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek  oy birliği –  oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

**Prof. Dr. Hacı İbrahim DELİCE**  
**MÜDÜR**

Bu tez, Enstitü Müdürlüğünce kontrol edilerek, elektronik imza kullanılarak onaylanmıştır.

## ÖZET

### KULLANICI İHTİYAÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ SONUCUNDA BİR KAFE İÇ MEKÂN TASARIMI ÖNERİSİ

**Burcu GÜLTAŞ**

**AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
SANAT VE TASARIM ANABİLİM DALI**

**Temmuz, 2024**

**Danışman: Doç. Dr. Mehmet SARIKAHYA**

Bu çalışmanın birinci bölümünde kahve kavramı ele alınmıştır. Kahvenin doğuşu, Osmanlı İmparatorluğu zamanında kahvehane kültürü, oluşumu, gelişimi ve Avrupa'ya yayılması incelenmiştir. İkinci bölümde kafe kavramı ele alınarak kafe nedir, kafe mekânının türleri nelerdir ve günümüz kafe mekânlarının oluşmasına etkili olan faktörlerin neler olmasının gerektiği incelenmiştir. Üçüncü bölümde mimarlıkta mekân kavramı ve kafe mekânlarının işlevsel özellikleri araştırılmıştır. Dördüncü bölümde Afyonkarahisar'daki farklı kafe tiplerinin iç mimari tasarımları incelenerek, çizim dosyaları ve görselleriyle birlikte bu bölüme eklenmiştir. Beşinci bölümde araştırmanın amacı, önemi, hipotezleri, kapsam ve sınırlılıkları, yöntemi ve bulguları yazılmıştır. Daha sonra Afyon Kocatepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi İç Mimarlık Bölümü'nde okuyan 182 öğrenciye 53 soruluk anket çalışması uygulanarak kafelerdeki tasarımların insan üzerine psikolojik etkilerinin neler olduğu araştırılıp etkileri bulunmuştur. Çıkan anket sonuçları neticesinde üç boyutlu bir iç mekân tasarımı yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İç mekân tasarımı, farklı kafe tipleri, renkler, dokular, Afyonkarahisar

## **ABSTRACT**

### **A CAFE INTERIOR DESIGN PROPOSAL AS A RESULT OF THE EVALUATION OF USER NEEDS**

**Burcu GÜLTAŞ**

**AFYON KOCATEPE UNIVERCITY  
THE INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES  
DEPARTMENT OF ART AND DESIGN**

**July, 2024**

**Advisor: Assoc. Prof. Mehmet SARIKAHYA**

In the first section of the present paper, the coffee concept has been debated. Emergence of coffee, coffee house culture, its emergency and dissemination to Europe during the Ottoman Empire, have been discussed. In section two, café concept has been scrutinized and what is a café, types of cafés and what are the factors which are effective in emergence of cafés today have been discussed. In section three, concept of space in architecture and functional properties of cafés have been researched. In section four internal designs of various types of cafés located in Afyonkarahisar were examined and their sketch files and visuals have been added to that section. In section five, purpose, significance, hypotheses, scope and limitations, methodology and finding of the present research have been given. Then a survey containing 53 questions has been administered to 182 students, attending Afyon Kocatepe University, Faculty of Fine Arts, Internal Design Department, to investigate and determine psychological effects of café designs on humans. A three dimensional internal design was made depending on the results of the survey.

**Keywords:** Interior design, different types of cafes, colors, textures, Afyonkarahisar

## ÖN SÖZ

Araştırmanın her aşamasında bana yardım ve rehberlik sağlayan, bilgi ve deneyimlerini benimle paylaşan çok kıymetli tez danışmanım Doç. Dr. MEHMET SARIKAHYA'ya, tez çalışmalarımda bana destek olan Doç. Dr. OĞUZHAN UZUN'a, bugünlere gelmemde en büyük paya sahip olan ANNEM MAKBULE ABAY'A, saygı ve sevgilerimle sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Burcu GÜLTAŞ  
2024, Afyonkarahisar



## İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ETİK VE BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI .....	ii
ENSTİTÜ ONAYI .....	iii
ÖZET .....	iv
ABSTRACT .....	v
ÖN SÖZ .....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	xi
RESİMLER LİSTESİ .....	xiii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	xv
GİRİŞ.....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### KAHVENİN TANIMI VE KAHVEHANE KÜLTÜRÜ-KAHVEHANE MEKÂNLARININ OLUŞUMU VE GELİŞİMİ

1. KAHVENİN TANIMI.....	3
2. KAHVE KÜLTÜRÜ VE TARİHSEL GELİŞİMİ .....	3
2.1. KAHVENİN KEŞFİ VE ÖYKÜSÜ .....	4
2.2. OSMANLI'DA "KAHVE KÜLTÜRÜ" .....	5
2.3. KAHVENİN TÜRKİYE'DEN AVRUPA'YA YAYILMASI .....	5
3. KAHVEHANE KÜLTÜRÜ - OLUŞUMU VE GELİŞİMİ .....	8

### İKİNCİ BÖLÜM

#### KAFE MEKÂNININ TANIMI – KAFE MEKÂNININ TÜRLERİ - KAFE MEKÂNLARININ OLUŞMASINDA ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER

1. KAFE MEKÂNININ TANIMI.....	9
2. KAFE MEKÂNININ TÜRLERİ.....	11
2.1 KAFE RESTORANLAR.....	11
2.2. KAFE PASTANELER .....	12
2.3. OTEL KAFELERİ.....	12
2.4. BİSTRO .....	13
2.5. PUB .....	14
2.6. BRASSERİE.....	14
3. KAFE MEKÂNLARININ OLUŞMASINDA ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER .....	15
3.1. KÜLTÜREL FAKTÖRLER .....	16
3.2. SOSYAL FAKTÖRLER .....	17
3.3. PSİKOLOJİK FAKTÖRLER .....	18

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### MİMARLIKTA MEKÂN KAVRAMI VE KAFE MEKÂNLARININ İŞLEVSEL ÖZELLİKLERİ

1. MİMARLIKTA MEKÂN KAVRAMI .....	19
2. İÇ MİMARLIKTA MEKÂN KAVRAMI.....	20

<b>3. KAFE MEKÂNLARININ İŞLEVSEL ÖZELLİKLERİ.....</b>	<b>21</b>
3.1. PLÂN DÜZENİ.....	21
3.2. DONATI ELEMANLARI.....	23
3.3. RENK.....	23
3.4. MALZEME.....	25
<b>3.4.1. Doğal Malzeme.....</b>	<b>26</b>
<b>3.4.2. Yapay Malzeme.....</b>	<b>26</b>
3.5. DOKU.....	27
<b>3.5.1. Doğal Doku.....</b>	<b>28</b>
<b>3.5.2. Yapay Doku.....</b>	<b>28</b>
3.6. AYDINLATMA.....	30
3.7. AKUSTİK.....	35

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **AFYONKARAHİSAR'DA KAFE MEKÂN LARI İNCELEMESİ**

<b>1. AFYONKARAHİSAR KEYANİ RESTORAN İNCELEMESİ.....</b>	<b>38</b>
<b>2. AFYONKARAHİSAR YEŞİLYOL ÖZSÜT PREMIUM KAFE İNCELEMESİ</b> <b>.....</b>	<b>44</b>
<b>3. AFYONKARAHİSAR LEMAN KÜLTÜR KAFE İNCELEMESİ.....</b>	<b>48</b>

## **BEŞİNCİ BÖLÜM**

### **KULLANICI İHTİYAÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ SONUCUNDA BİR KAFE İÇ MEKÂN TASARIMI ÖNERİSİ**

<b>1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....</b>	<b>55</b>
<b>2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....</b>	<b>55</b>
<b>3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI.....</b>	<b>55</b>
<b>4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....</b>	<b>56</b>
4.1. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ.....	56
4.2. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ.....	56
4.3. VERİ ANALİZ YÖNTEMİ.....	56
<b>5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....</b>	<b>56</b>
<b>6. ÜÇ BOYUTLU KAFE TASARIMI.....</b>	<b>111</b>
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>120</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>122</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>125</b>

## TABLolar LİSTESİ

### Sayfa

<b>Tablo 1.</b> Katılımcıların Cinsiyet Dağılımına İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları.....	58
<b>Tablo 2.</b> 1. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	59
<b>Tablo 3.</b> 2. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	60
<b>Tablo 4.</b> 3. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	61
<b>Tablo 5.</b> 4. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	62
<b>Tablo 6.</b> 5. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	63
<b>Tablo 7.</b> 6. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	64
<b>Tablo 8.</b> 7. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	65
<b>Tablo 9.</b> 8. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	66
<b>Tablo 10.</b> 9. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	67
<b>Tablo 11.</b> 10. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	68
<b>Tablo 12.</b> 11. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	69
<b>Tablo 13.</b> 12. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	70
<b>Tablo 14.</b> 13. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	71
<b>Tablo 15.</b> 14. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	72
<b>Tablo 16.</b> 15. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	73
<b>Tablo 17.</b> 16. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	74
<b>Tablo 18.</b> 17. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	75
<b>Tablo 19.</b> 18. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	76
<b>Tablo 20.</b> 19. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	77
<b>Tablo 21.</b> 20. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	78
<b>Tablo 22.</b> 21. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	79
<b>Tablo 23.</b> 22. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	80
<b>Tablo 24.</b> 23. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	81
<b>Tablo 25.</b> 24. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	82
<b>Tablo 26.</b> 25. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	83
<b>Tablo 27.</b> 26. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	84
<b>Tablo 28.</b> 27. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	85
<b>Tablo 29.</b> 28. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	86
<b>Tablo 30.</b> 29. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	87
<b>Tablo 31.</b> 30. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	88
<b>Tablo 32.</b> 31. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	89
<b>Tablo 33.</b> 32. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	90
<b>Tablo 34.</b> 33. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	91
<b>Tablo 35.</b> 34. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	92
<b>Tablo 36.</b> 35. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	93
<b>Tablo 37.</b> 36. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	94
<b>Tablo 38.</b> 37. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	95
<b>Tablo 39.</b> 38. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	96
<b>Tablo 40.</b> 39. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	97
<b>Tablo 41.</b> 40. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	98
<b>Tablo 42.</b> 41. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	99
<b>Tablo 43.</b> 42. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	100
<b>Tablo 44.</b> 43. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	101
<b>Tablo 45.</b> 44. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	102
<b>Tablo 46.</b> 45. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	103
<b>Tablo 47.</b> 46. Soru Yüzdelik Frekans Dağılımları.....	104

<b>Tablo 48.</b> 47. Soru Yüzelik Frekans Dağılımları .....	105
<b>Tablo 49.</b> 48. Soru Yüzelik Frekans Dağılımları .....	106
<b>Tablo 50.</b> 49. Soru Yüzelik Frekans Dağılımları .....	107
<b>Tablo 51.</b> 50. Soru Yüzelik Frekans Dağılımları .....	108
<b>Tablo 52.</b> 51. Soru Yüzelik Frekans Dağılımları .....	109
<b>Tablo 53.</b> 52. Soru Yüzelik Frekans Dağılımları .....	110
<b>Tablo 54.</b> 53. Soru Yüzelik Frekans Dağılımları .....	111



## ŞEKİLLER LİSTESİ

	<b><u>Sayfa</u></b>
Şekil 1. Katılımcıların Cinsiyetine İlişkin Grafik Dağılımları .....	58
Şekil 2. 1. Soru Grafik Dağılımları .....	59
Şekil 3. 2. Soru Grafik Dağılımları .....	60
Şekil 4. 3. Soru Grafik Dağılımları .....	61
Şekil 5. 4. Soru Grafik Dağılımları .....	62
Şekil 6. 5. Soru Grafik Dağılımları .....	63
Şekil 7. 6. Soru Grafik Dağılımları .....	64
Şekil 8. 7. Soru Grafik Dağılımları .....	65
Şekil 9. 8. Soru Grafik Dağılımları .....	66
Şekil 10. 9. Soru Grafik Dağılımları .....	67
Şekil 11. 10. Soru Grafik Dağılımları .....	68
Şekil 12. 11. Soru Grafik Dağılımları .....	69
Şekil 13. 12. Soru Grafik Dağılımları .....	70
Şekil 14. 13. Soru Grafik Dağılımları .....	71
Şekil 15. 14. Soru Grafik Dağılımları .....	72
Şekil 16. 15. Soru Grafik Dağılımları .....	73
Şekil 17. 16. Soru Grafik Dağılımları.....	74
Şekil 18. 17. Soru Grafik Dağılımları .....	75
Şekil 19. 18. Soru Grafik Dağılımları .....	76
Şekil 20. 19. Soru Grafik Dağılımları.....	77
Şekil 21. 20. Soru Grafik Dağılımları .....	78
Şekil 22. 21. Soru Grafik Dağılımları .....	79
Şekil 23. 22. Soru Grafik Dağılımları .....	80
Şekil 24. 23. Soru Grafik Dağılımları .....	81
Şekil 25. 24. Soru Grafik Dağılımları .....	82
Şekil 26. 25. Soru Grafik Dağılımları .....	83
Şekil 27. 26. Soru Grafik Dağılımları .....	84
Şekil 28. 27. Soru Grafik Dağılımları .....	85
Şekil 29. 28. Soru Grafik Dağılımları .....	86
Şekil 30. 29. Soru Grafik Dağılımları .....	87
Şekil 31. 30. Soru Grafik Dağılımları .....	88
Şekil 32. 31. Soru Grafik Dağılımları .....	89
Şekil 33. 32. Soru Grafik Dağılımları .....	90
Şekil 34. 33. Soru Grafik Dağılımları .....	91
Şekil 35. 34. Soru Grafik Dağılımları .....	92
Şekil 36. 35. Soru Grafik Dağılımları .....	93
Şekil 37. 36. Soru Grafik Dağılımları .....	94
Şekil 38. 37. Soru Grafik Dağılımları .....	95
Şekil 39. 38. Soru Grafik Dağılımları .....	96
Şekil 40. 39. Soru Grafik Dağılımları.....	97
Şekil 41. 40. Soru Grafik Dağılımları .....	98
Şekil 42. 41. Soru Grafik Dağılımları .....	99
Şekil 43. 42. Soru Grafik Dağılımları .....	100
Şekil 44. 43. Soru Grafik Dağılımları .....	101
Şekil 45. 44. Soru Grafik Dağılımları .....	102
Şekil 46. 45. Soru Grafik Dağılımları .....	103

Şekil 47. 46. Soru Grafik Dağılımları .....	104
Şekil 48. 47. Soru Grafik Dağılımları .....	105
Şekil 49. 48. Soru Grafik Dağılımları .....	106
Şekil 50. 49. Soru Grafik Dağılımları.....	107
Şekil 51. 50. Soru Grafik Dağılımları .....	108
Şekil 52. 51. Soru Grafik Dağılımları .....	109
Şekil 53. 52. Soru Grafik Dağılımları .....	110
Şekil 54. 53. Soru Grafik Dağılımları .....	111
Şekil 55. Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Vitrin Ve Kasa Bölümü Görseli.....	116
Şekil 56. Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Vitrin Görseli .....	116



## RESİMLER LİSTESİ

	<b><u>Sayfa</u></b>
<b>Resim 1.</b> Osmanlı Zamanında Bir Kahvehane .....	5
<b>Resim 2.</b> Viyana’da Bir Kahve Evi .....	7
<b>Resim 3.</b> Viyana’da Bir Kahve Evi .....	7
<b>Resim 4.</b> Semai Kahvehanesi .....	10
<b>Resim 5.</b> Osmanlı Kahvehanesi .....	10
<b>Resim 6.</b> Mivan Restoran Kafe .....	12
<b>Resim 7.</b> Divan Brasserie Kafe .....	12
<b>Resim 8.</b> Hilton İstanbul Bosphorus .....	13
<b>Resim 9.</b> The Public Hotel İstanbul / 1901 Cafe&Bistro .....	13
<b>Resim 10.</b> Marlay House Irish Pub /Amerika Birleşik Devletleri .....	14
<b>Resim 11.</b> T. Brasserie /Amerika Birleşik Devletleri .....	15
<b>Resim 12.</b> Kafe Biyer /Afyonkarahisar .....	22
<b>Resim 13.</b> Gülyurt Pasta Kafe Restoran /Afyonkarahisar .....	23
<b>Resim 14.</b> Renklerin Anlamları .....	25
<b>Resim 15.</b> Ahşap ve Cam Sehpa Örneği .....	27
<b>Resim 16.</b> Ahşap ve Metal Sehpa Örneği .....	27
<b>Resim 17.</b> Doğal Doku Örneği .....	29
<b>Resim 18.</b> Yapay Doku Örneği .....	29
<b>Resim 19.</b> Işığın Dokulu Yüzeye Verdiği Etki .....	29
<b>Resim 20.</b> Genel Aydınlatma Örneği .....	31
<b>Resim 21.</b> Bölgesel Aydınlatma Örneği .....	32
<b>Resim 22.</b> Bölgesel Aydınlatma Örneği .....	32
<b>Resim 23.</b> Doğal Işık Örneği .....	33
<b>Resim 24.</b> Yapay Işık Örneği .....	34
<b>Resim 25.</b> Kafe Ses Yalıtım Paneli Örneği .....	37
<b>Resim 26.</b> Afyonkarahisar Keyani Restoran Zemin Kat Yerleşim Planı .....	39
<b>Resim 27.</b> Afyonkarahisar Keyani Restoran -1. Kat Yerleşim Planı .....	41
<b>Resim 28.</b> Afyonkarahisar Keyani Restoran Teras Görseli .....	42
<b>Resim 29.</b> Afyonkarahisar Keyani Restoran İç Mekân Görseli .....	42
<b>Resim 30.</b> Afyonkarahisar Keyani Restoran İç Mekân Görseli .....	42
<b>Resim 31.</b> Afyonkarahisar Keyani Restoran İç Mekân Görseli .....	43
<b>Resim 32.</b> Afyonkarahisar Keyani Restoran İç Mekân Görseli .....	43
<b>Resim 33.</b> Afyonkarahisar Keyani Restoran Cephe Görseli .....	43
<b>Resim 34.</b> Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium Kafe Giriş Katı Yerleşim Planı ...	44
<b>Resim 35.</b> Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium Kafe Üst Kat Yerleşim Planı.....	45
<b>Resim 36.</b> Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium Teras ve Vitrin Görseli .....	46
<b>Resim 37.</b> Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium Kasa Bölümü Görseli .....	46
<b>Resim 38.</b> Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium Teras Görseli .....	46
<b>Resim 39.</b> Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium Vitrin Görseli .....	47
<b>Resim 40.</b> Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium İç Mekân Görseli .....	47
<b>Resim 41.</b> Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium İç Mekân Görseli .....	47
<b>Resim 42.</b> Afyonkarahisar Leman Kültür Kafe Yerleşim Planı .....	48
<b>Resim 43.</b> Afyonkarahisar Leman Kültür Kafe Asma Kat Yerleşim Planı .....	50
<b>Resim 44.</b> Afyonkarahisar Leman Kültür Kafe Dış Cephe Görseli .....	50
<b>Resim 45.</b> Afyonkarahisar Leman Kültür Kafe Plan Görseli .....	51
<b>Resim 46.</b> Afyonkarahisar Leman Kültür İç Mekân Görseli .....	51

<b>Resim 47.</b> Afyonkarahisar Leman Kùltür İç Mekân Görseli .....	51
<b>Resim 48.</b> Afyonkarahisar Leman Kùltür İç Mekân Görseli .....	52
<b>Resim 49.</b> Afyonkarahisar Leman Kùltür İç Mekân Görseli .....	52
<b>Resim 50.</b> Afyonkarahisar Leman Kùltür İç Mekân Görseli .....	52
<b>Resim 51.</b> Afyonkarahisar Leman Kùltür Teras Görseli.....	53
<b>Resim 52.</b> Afyonkarahisar Leman Kùltür Teras Görseli.....	53
<b>Resim 53.</b> Afyonkarahisar Leman Kùltür Genel Görseli .....	53
<b>Resim 54.</b> Afyonkarahisar Leman Kùltür Genel Görseli .....	54
<b>Resim 55.</b> Afyonkarahisar Leman Kùltür İç Mekân Görseli .....	54
<b>Resim 56.</b> Kafe Tasarım Planı.....	114
<b>Resim 57.</b> Kafe Tasarımını 1. Kesit .....	114
<b>Resim 58.</b> Kafe Tasarımını 2. Kesit .....	114
<b>Resim 59.</b> Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Ürün Hazırlık Ve Vitrin Görseli .....	115
<b>Resim 60.</b> Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Vitrin Ve Lavabo Holü Görseli .....	115
<b>Resim 61.</b> Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Vitrin Görseli.....	117
<b>Resim 62.</b> Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Teras Görseli.....	117
<b>Resim 63.</b> Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Teras Görseli.....	118
<b>Resim 64.</b> Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Teras Görseli .....	118
<b>Resim 65.</b> Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Lavabo Görseli .....	119

## SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

**%** : Yüzde  
**cm**: Santimetre  
**m<sup>2</sup>** : Metrekare  
**vb.**: ve benzeri



## GİRİŞ

Yüzyıllardır insan hayatının devamlılığı için gerekli olan temel ihtiyaçlardan biriside yeme içme ihtiyaçdır. Bu ihtiyaç bağımlılık olarak nitelendirilebileceği gibi aynı zamanda bir keyif unsuru olarak da tanımlanabilir. Yeme içme ihtiyaçı, tarihsel süreçte insanlığın medeniyet ve kültür olgularının oluşmasını etkileyecek pek çok gelişmeye de vesile olmuştur. Bu kültürü oluşturan, kazanılan alışkanlıklar ve kurumsallaşmış uygulama, toplumların buldukları coğrafi ve iklimsel özelliklerden farksız değildir. Bunlara ek olarak ekonomi, gelişen teknoloji, taşıma hizmetleri, iç ve dış göçler, şehirleşme ve iletişimin yoğunlaşmasının da yeme içme eylemindeki gelişmelerde yeri önemlidir. Yeme içme alışkanlıkları, modern zamanın etkileri arasında olan çalışan kesimin artışına bağlı olarak zaman içinde bir keyif unsuruna dönüşmektedir ve insanlar gittikleri yerlerde yeme içme ihtiyaçlarını, farklı şekillerde karşılamaya çalışmaktadırlar. (Dedeoğlu, 2021: 133).

Günümüzde kafeler, yeme içme ihtiyaçlarını karşılayabilen, aynı zamanda arkadaşlar ile sosyalleşmeye fırsat veren, önemli günlerin kutlanmasına katkıda bulunan, hatta çoğu zaman kahve eşliğinde tüm gün kafe ortamında çalışabilme imkânı sağlayan, aynı zamanda işverenle müşterilerin iş görüşmeleri yapabilmesine vesile olan bir yer olarak tanımlanabilir. Bununla birlikte bazı özel anların ve kutlamalarının yapıldığı mekânlar olduğu gibi, küçük düzenlemelere de ev sahipliği yapan bir sosyal mekân olarak da karşımıza çıkmaktadır. Geçmişten bu yana zamanla bu mekânlarda tasarım anlamında birtakım gelişmeler yaşanmış ve iç mimarisinde kullanılan dokular, renkler, eşyalar, yüzey malzemeleri müşteri memnuniyetinde farklılıklar gösterdiği gibi herkeste farklı bir etki yaratmıştır. (Dedeoğlu, 2021: 133).

Bu çalışmada öncelikle kahvenin doğuşu, Osmanlı İmparatorluğu zamanında kahvehane kültürü, oluşumu, gelişimi ve Avrupa'ya yayılması incelenecektir. Daha sonra kafe kavramı ele alınarak kafe nedir, kafe mekânının işlevsel özellikleri nelerdir, günümüz kafe mekânlarının oluşmasına etkili olan faktörler nelerdir ve bir kafenin iç mimari tasarımında dikkat edilmesi gereken hususlar neler olmalıdır sorusuna cevap aranacaktır. Devamında tezin konusu da olan Afyonkarahisar'da bulunan farklı kafe tiplerinin iç mimari tasarımları incelenecektir. Daha sonra Afyon Kocatepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi İç Mimarlık bölümü öğrencilerine anket çalışması uygulanarak kafelerde ki tasarımların insan üzerine psikolojik etkilerinin neler olduğu araştırılıp etkileri bulunacaktır. Çalışmanın son bölümünde bir iç mekân tasarımı yapılacaktır. Elde

edilen veriler sonuç ve öneriler bölümünde değerlendirilerek tez çalışması sonlandırılacaktır.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### KAHVENİN TANIMI VE KAHVEHANE KÜLTÜRÜ-KAHVEHANE MEKÂNLARININ OLUŞUMU VE GELİŞİMİ

#### 1. KAHVENİN TANIMI

Kahve, kökboyasığıllar (Rubiaceae) familyasının Coffea cinsinde yer alan bir ağaç türüdür. Bu ağacın meyve çekirdekleri kavrulup öğütülerek edilen toza su ya da süt karıştırılarak kahve yapılmaktadır (<https://nedir.ileilgili.org/kahve>).

Kahve ağacının ilk bulunduğu yer olan Habeşistan'ın Kaffa yöresinin Arapça karşılığı ‘‘qahwah’’dır. Bugünkü anlamını 14. yüzyılda kazanmıştır. Bu Türkçede ‘‘kahve’’ye dönüşmüş, sonra da Avrupa'da café, caffè, koffie, coffee, koffie, Kaffee şekline gelmiştir (<https://nedir.ileilgili.org/kahve>).

Güzel kokulu beyaz çiçekleri olup, kırmızı meyvesinin içinde iki tohum bulunan bir ağaç türüdür. Tohum, dikimden yaklaşık 3 yıl sonra meyve vermeye başlamaktadır ve 30-40 yıl kadar meyve vermeye devam etmektedir. Doğal haliyle boyu 8-10 metreye kadar uzayan bu ağaç, meyve hasadının kolay olması için sürekli budanarak 4-5 metre yüksekliğine ulaştığında çalı büyüklüğünde tutulmaktadır. Defne yapraklarına benzeyen bu bitkinin parlak, koyu renkli, sivri uçlu, deri yüzeyli, dalgalı kenarlı yaprakları vardır ve kışın dökülmemektedir. Ekvatorun 25 derece kuzey enlemi ile 30 derece güney enlemi arasında, ortalama sıcaklığın 18 derece ile 24 derece arasında olduğu, yağışın fazla olduğu ve don olayının görülmediği bölgelerde yetiştirilmesi uygundur. Ani sıcaklık değişiklikleri ağaçlara zarar vermektedir. Kahve bitkileri nemli ortamları sevdiği için düzenli yağış alan tropik bölgelerde yetiştirilmelidir. Doğada pek çok tür yetişse de yalnızca Coffea arabica ve Coffea robusta adında ki türlerinin üretimi yapılmaktadır. Kahve ağaçları, şiddetli yağmurlardan sonra yılda iki veya üç kez çarpıcı beyaz çiçekler vermektedir. Güçlü ve etkileyici aroması ve kokusu bazen yasemini, bazen de portakal çiçeğini anımsatmaktadır. Yeni çiçek açmaya başladıktan sonra ki bir yıl içinde dallarında toplam 20.000 ila 30.000 arasında çiçek üretmektedir (<https://nedir.ileilgili.org/kahve>).

#### 2. KAHVE KÜLTÜRÜ VE TARİHSEL GELİŞİMİ

‘‘Kahve’’ kelimesinin, Etiyopya'nın bir bölgesi olan Kaffa'dan geldiği ve insana zindelik vermesinden dolayı güç anlamına gelen ‘‘kuvve’’ kelimesinden aldığı bilinmektedir (Güven, 2019: 185).

Kahveyi uzun süre Araplar kullanmıştır. Kahve kültürü İslam dünyasında başlamamasına rağmen, önce Arabistan'a sonra Osmanlı İmparatorluğuna ve Osmanlı sayesinde de batıya yayılmıştır. Yemen'de din adamlarının zinde kalmak için tercih ettikleri içecek olan kahve, daha sonraları keyif için içilen bir içecek haline gelmiştir. Aroması, kokusu ve tadı sayesinde en sevilen içecek olmasından ötürü giderek tüm İslam ülkelerine yayılmıştır. (Bajmaku, 2014: 40).

Tarihçi Solakzade'ye göre kahve 1519 yılında 1.Selim'in Mısır seferi sonrasında Müslüman tüccarlar tarafından İstanbul'a getirilmiştir. Kahvehane kültürü henüz oluşmadan saray başta olmak üzere tekke ve dergâhlarda içilmeye başlanmıştır. Kahvenin Kanuni Sultan Süleyman zamanında İstanbul'a getirildiğini gösteren birçok belgede bulunmaktadır. Kahvenin keyif verici bir içecek olduğunu düşünülmesinin ardından Sultan 4. Murat zamanında yasaklanmıştır. Ancak kahveye olan ilgi bu yasakları delerek 16. yüzyıldan itibaren Osmanlı zamanında önemli bir içecek haline gelmiştir. 15 ve 16 yüzyılları arasında tüm dünyaya yayılan popüler bir içecek olmuştur.(Durmuş, 2010: 3).

Her medeniyet kendi kültürünün ürünüdür. Osmanlı kültürü de bir sohbet kültürüdür. Hayatımızın bir parçası olan sohbet de medeniyetimizin merkezine yerleşmiş bir olgudur. Toplumlarda içeceklerin ve yiyeceklerin önemli yerleri vardır. Türkler içinde kahvenin yeri çok önemlidir. Tarih boyunca kahvehaneler toplumun sosyal statüsünü etkileyen yerler olmuşlardır. Kahve de kahvehanelerin baş tacı içeceği haline gelmiştir. Türklere özgü hazırlanan kahve, aynı tatla ve aynı aromayla pişirilerek saraylardan evlere kadar girmiş ve günümüze kadar gelerek dünyanın en popüler içeceklerinden biri olarak yerini almıştır. (Bajmaku, 2014: 12).

## 2.1. KAHVENİN KEŞFİ VE ÖYKÜSÜ

Kahve bitkisinin kökeninin Afrika'ya dayandığı, içecek olarak Güney Arabistan'da tüketilmeye başlandığı bilinmektedir. Kahve'nin keşfiyle ilgili çok söylenti olmakla birlikte, ilk kez kahveyi kimin içtiğine dair tarihsel bir kanıt da yoktur. Ancak en yaygın efsane Khaldi adındaki çobana aittir. Etiyopya'da Khaldi adındaki bir çoban, keçi sürülerini güderken hayvanların bazı meyveleri tükettiğini görmüştür. Bu meyveleri tüketen hayvanlarda uyarıcı bir hareketlilik ve canlılık gören Khaldi de bu yemişleri tadıp aynı deneyimi yaşamıştır. Daha sonra çoban bu gizemli meyvelerden dinadamlarına söz etmiştir. Çoban ve diğer din adamları sürünün otladığı yerlere gitmişler ve bilmedikleri çalı türünden yedikten sonra geceyi dinç geçirmekle birlikte dingin bir ruh halinde olmuşlardır. Hatta ağacın meyvelerini kaynatarak içen ve kendilerini dinç hisseden din

adamları daha çok ibadet etmek ve okumak için kahve bitkisinden faydalanmaya başlamışlardır. Bu bitki daha sonra ilgi odağı haline gelmesi sonucunda 15.yüzyılda Yemen’de yetiştirilmeye başlanıp ticaret haline dönüştürülmüştür. (Bajmaku, 2014: 4).

## 2.2. OSMANLI’DA “KAHVE KÜLTÜRÜ”

Uzun zaman kahveyi sadece Arapların içtiği bilinmektedir. Kahvenin anavatanı Yemen, Moka kentine aittir. 15 ve 16. yüzyıllarda dünyaya yayılmasından sonra, kahve Osmanlı İmparatorluğu döneminde hayatımıza giren ve günümüze kadar önemini koruyan içeceklerden birisi olmuştur. Bununla ilgili çeşitli teorilerde vardır ama kahve Kanuni Sultan Süleyman döneminde Yemen Valisi Özdemir Paşa tarafından Afrika'dan getirilmiş ve hızla halk arasında yayılmıştır. İstanbul'un ilk kahvehanesi 1555 yılında Halepli iki tüccar tarafından Tahtakale'de açılmıştır (<https://www.lezzet.com.tr/lezzetten-haberler/osmanlida-kahve-kulturu>).

Her köşe başında açılan kahvehaneler Osmanlı İmparatorluğu zamanında, kadınların, vezirlerin ve halkın vakit geçirdikleri mekânlar olmaya başlamıştır. (<https://www.lezzet.com.tr/lezzetten-haberler/osmanlida-kahve-kulturu>).

Ancak daha fazla kahvehane açılmasıyla birlikte halkın bir araya gelip padişahı ve yönetimi eleştirdikleri görülmüştür ve dini gerekçeler nedeniyle dönem dönem kapatılmıştır. İlk yasak Kanuni Sultan Süleyman, ikinci yasak Sultan III. Murat, üçüncü yasak Sultan I. Ahmet, dördüncü yasak ise Sultan IV Murat zamanında olmuştur. Sonra tekrar açılan kahvehaneler toplumsal bir mekân haline gelmelerine rağmen varlıklarını sürdürmeye devam etmişlerdir. (Bajmaku, 2014: 34- 35).

**Resim 1.** Osmanlı Zamanında Bir Kahvehane



**Kaynak:** <https://www.lezzet.com.tr/lezzetten-haberler/osmanlida-kahve-kulturu>.

## 2.3. KAHVENİN TÜRKİYE’DEN AVRUPA’YA YAYILMASI

Asırlardır Türk kültürünün baş tacı olan Türk kahvesi, kendine özgü pişirilme

metoduyla, lezzetiyle, sunumuyla, ikramlarıyla ve demleme yöntemiyle kendini ayıran en önemli özelliklerinden birisi olup adeta bir dünya mirası haline gelmiştir. Türkiye'nin en sevilen içeceği olan kahvenin, zamanla Avrupa'ya yayılmasıyla birlikte yeni ülkelerde kahve kültürünün doğmasına vesile olmuştur. Anavatanı Etiyopya olarak bilinen kahvenin yolculuğu, Yemen, Kahire ve Mekke'ye oradan da Osmanlı topraklarını kadar varmaktadır.(<https://www.bikahvearasi.com/kahvenin-turkiyeden-avrupaya-yayilmasi/>).

1600'lü yılların başlarında kahve, İngiltere ve Venedik ülkelerine, Türk kahvesi olarak tanıtılmıştır. İngiltere'de ilk kahvehane Yakup adında Türk asıllı bir Yahudi tarafından açılmıştır. Venedik'te ilk kahvehane ise 1683 yılında açılmıştır. Türklerin en sevdiği içecek olan kahve 1669 yılında Avrupa'ya yayılmaya ve ihraç edilmeye başlanmıştır. O zamanın Türk Büyükelçisi, XIV. Louis'e Paris'teki sarayında kahveyi tanıtmış ve bu içecek büyük bir hayranlık ve merak uyandırmıştır (<https://www.bikahvearasi.com/kahvenin-turkiyeden-avrupaya-yayilmasi/>).

Osmanlı İmparatorluğu'nun Viyana'yı kuşatması ile kahve kültürünün yakından ilişkisi bulunmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu Viyana topraklarını terk ettikten sonra askerler deve yemi diye sandıkları çuvallarla dolu kahveleri yakmak üzereyken, George Franz Kolschitzky isimli bir tüccarı buna engel olup çuvalları almıştır. Viyana vatandaşı olan ve daha önce İstanbul'da yaşayan George Franz Kolschitzky isimli kişi kahve çekirdeklerini alarak kendine ruhsatlı bir kahve evini açmış ve kafenin adını da "Hof Zur Blauen Flasche" koymuştur. Böylelikle 1814/15 Viyana kongresinden sonra Biedermeier döneminde kahve evleri Avrupa'nın göz bebeği haline gelmiştir. Öyle ki kahve kültürünün hızla yaygınlaşması sayesinde kahve evlerinin sayısı Viyanamerkezde 25 ve genel olarak toplamda 150 iken, ilerleyen zamanlarda sayısı 600 adeti bulmuştur.(<https://www.bikahvearasi.com/kahvenin-turkiyeden-avrupaya-yayilmasi/>).

Viyana şehir merkezine kahvenin yanı sıra konukların okuması için gazete satışı da olan, sıcak yemek servisi, alkol servisi, bilardo ve kart oyunlarının da olduğu Kramersche Coffee House isimli bir kahve evi açılmıştır. Bu vesileyle Viyana halkı bu ve bunun gibi ihtişamlı kahve evlerini ikinci bir ev gibi benimseyip, arkadaşlarıyla birlikte vakit geçirdikleri, sosyalleşip rahatça sohbet edebildikleri yerler olarak görmüşlerdir. Bu gelişmeler, Viyana kahvehanelerinin tarihindeki önemli adımlarından birisi olmuştur ([https://www.bikahvearasi.com/kahvenin-turkiyeden-avrupaya-yayilmasi /](https://www.bikahvearasi.com/kahvenin-turkiyeden-avrupaya-yayilmasi/)).

Kahve evlerine 1856 yılına kadar tek başına kadın müşteri gidemezken, bir ilke imza atılarak kadınlarında bireysel olarak gidebileceği mekânlar haline gelmişlerdir.

Yazarlar, ressamalar ve diğer önemli sanatçılar bu yerleri buluşma evleri olarak kullanmışlardır. Bu göz alıcı ihtişamlı yapılar, birçok bestekârın ve sanatçının üretim merkezi haline gelmiştir (<https://www.bikahvearasi.com/viyana-kahve-kulturu/>).

Kahve kültürü daha da ilerleyerek Trieste, Verona, Zagreb, Prag ve Venedik'te Viyana tarzında kahve evleri açılmaya başlamıştır. Geniş odaları, kırmızı kadife koltukları ve muhteşem avizeleriyle, göz kamaştırıcı mekânlar haline gelmişlerdir. Bugün Viyana'nın tüm kahvehaneleri, hangi yılda yapılmış olmasını unutturacak kadar güzel ve bakımlı olmasıyla birlikte, tüm turistlerin muhakkak uğrayıp görmesi gereken mekânlar listesine girmiştir. (<https://www.bikahvearasi.com/viyana-kahve-kulturu/>).

**Resim 2.** Viyana'da Bir Kahve Evi



**Kaynak:** <https://cahveland.com/viyana-kahvesi/>

**Resim 3.** Viyana'da Bir Kahve Evi



**Kaynak:** <https://cahveland.com/viyana-kahvesi/>

### 3. KAHVEHANE KÜLTÜRÜ - OLUŞUMU VE GELİŞİMİ

Hane kelimesi bilindiği gibi ev anlamına gelen ve Türkçede sürekli yeni kelimeler oluşturan bir ek görevi görmektedir. Kahve evi anlamına gelen kahvehanenin bir kültür haline geldiği, günümüze kadar modern ve geleneksel kalmasının nedeninde kahvenin kendisinden kaynaklandığı söylenebilir. Kahve sayesinde kahvehaneler, insan ilişkilerinde öncü olmuş, kahve aracılığıyla bir araya gelme ve sosyalleşme imkânı sunan mekânlara dönüşmüşlerdir. Yemen'de kahve ilk ortaya çıktığında, kahvehanede kahve içmeye başlayan Arapların bir araya gelip sohbet edecekleri bir ortam oluşturdukları gözlemlenmiştir. Kahve daha sonra Mısır merkezi hükümetinin izniyle Kahire'ye yayılmıştır ve insanlar kendi bölgelerinde kahve içmeye başlamıştır. Sosyalleşmenin sebebinin de kahve olduğu gösterilmiştir. Osmanlı İmparatorluğu döneminde kahvehane kültürüyle birlikte sosyal yaşam da büyük ölçüde gelişmiştir. Başlangıçta gruplar halinde ziyaret edilen kahvehaneler, eğlence ve sohbetinde satın alınabileceği yerler olmuş, yazarların, şairlerin hatta bazı çalışanların satranç ve tavla oynadıkları mekânlar haline gelmişlerdir. Bu da esnafın daha sık buluşması, dinlenmesi ve sohbet etmesi için ideal bir ortam oluşturmuştur. Zamanla, tıpkı ilk kahvehanenin Tahtakale'de açılması gibi, İstanbul'un farklı semtlerinde irili ufaklı kahvehaneler açılmaya başlamış ve insanlar için popüler bir buluşma mekânı haline gelmişlerdir. Dergâhlar, sokaklar ve evlerin yanı sıra kahvehaneler de ilk sosyalleşme mekânları olmuşlardır. Gün içerisinde sohbetlerin arttığı, dünya meselelerinin tartışıldığı kahvehaneler bir kültür haline gelmiş ve yayılmıştır. Bir iddiaya göre kahvenin, Osmanlı tebaası olan bir yahudi tüccar tarafından Avrupa'ya, ermeni bir tüccar vasıtasıyla da İngiltere'ye yayıldığı bilinmektedir. Bu durumda Avrupalıların kahve hakkında öğrendikleri göz önüne alındığında, modern "cafe"nin atasının kahvehaneler olduğu söylenebilir (<https://blog.delphinhotel.com/article/23500-kiraathane-kulturu-ve-kahvehaneler>).

## İKİNCİ BÖLÜM

### KAFE MEKÂNININ TANIMI – KAFE MEKÂNININ TÜRLERİ - KAFE MEKÂNLARININ OLUŞMASINDA ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER

#### 1. KAFE MEKÂNININ TANIMI

Kafe veya Fransızca tanımıyla café, soğuk, sıcak yiyecek içecek servisi yapılan sınırlı menüsü olmasına rağmen içki servisi de olan, küçük işletmelere verilen addır. İsteğe göre bünyesinde hamur işleri, tatlılar, sandviçler, kek, pasta gibi yiyeceklerde bulunmaktadır. Bazı kafe türleri franchise iş modeliyle dünyanın birçok yerinde kendi ismiyle iyi bir reklam ve hizmet amacı sunmaktadır. Ancak günden güne sayıları fazlalaşan kafelerin, artan rekabet sonucunda daha iyi hizmet sunmak ve reklam yapmak amacıyla iç mekân tasarımlarını farklılaştırarak günümüze kadar çeşitlenerek geldiği bilinmektedir. (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Kafe>).

Kahvenin bulunmasından bu yana kahvehanelerle başlayan öykü bugün Doğu ve Batı kafe kültürünü oluşturmuştur. Doğu'daki mekânlar iç dekorasyonundan sunumuna kadar daha geleneksel bir oluşuma ev sahipliği yaparken, Batı kültüründe bulunankafeler ‘‘coffe house’’ olarak yerini almış ve dekorasyonundan, menülerine kadar farklı bir yapıda yer almıştır. (Durmuş, 2010: 42).

Kahvehanelerin açılışı, Türk-Osmanlı mimarisine herhangi bir yenilik katmamıştır. Türk-Osmanlı mimarisine uygun olarak kendi içerisinde tipik iç donanımı olan sedirler, peykeler, çadır gibi temel unsurlar bulunmaktaydı. İç dış mekân ayrımının yapılmasıyla birlikte sütunlu revaklar, kameriyeler, kilitlenebilen pencereler, büyük açıklıkları bulunan duvarlar, dekorasyon anlamında geçerli bir durum haline gelmişti. (Şekil 5). Lüks eşyaların yer aldığı yerlerde değerli halılar, süslü çini seramiklerle kaplı bir kahve ocağı, kartonpiyerler, kandiller bulunan kahvehaneler, o zamanlar dekorasyon olarak şatafatlı sayılırdı. İşletmecinin durumuna göre daha lüks dekore edilen kahvehanelerde müzisyenler için ayrılan platformlar bulunur, mumluklar, süslü göz alıcı aynalar, çerçeveler, fiskiyeler, nargile sehpaları ile dekore edilirdi. Daha basit işletmelerde ise sadece kilimler kullanılır, işletme sahibi ocak başında dururdu. (Araz, 2010:5).

Tarihsel döneme uygun olarak kahvehane dekorasyonlarının sosyokültürel duruma ve zamana ayak uydurdukları bilinmektedir. İlk kahvehanelerde sedirlerde oturulur, yazın fiskiyeli havuzlar ile serinlenir ve çeşitli etkinlikler yapılırken, meddahlar

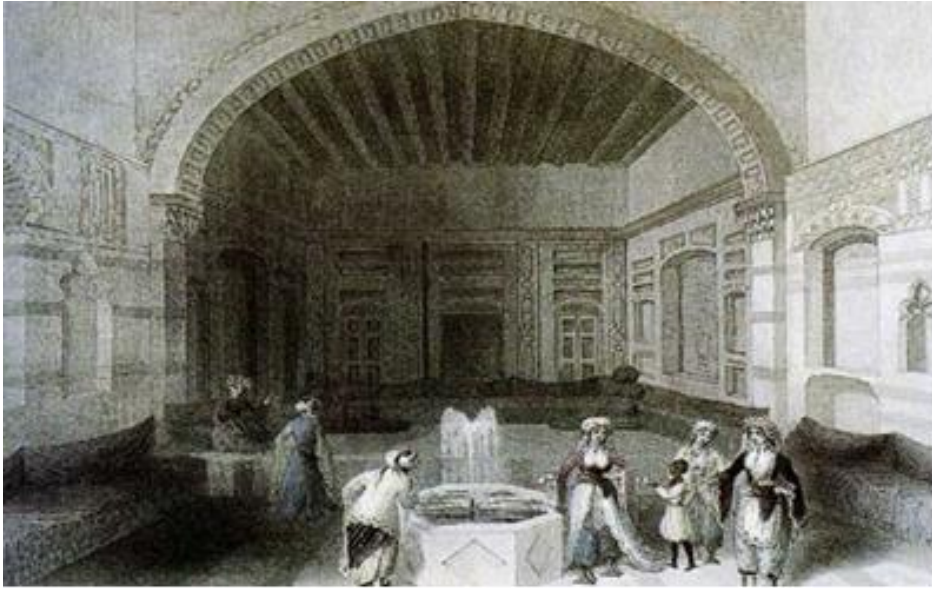
eşliğinde hikâyeler dinlenirdi. Zamanla sedirlerin, hasırların ve şiltelerin yerini masa sandalye, yer döşeme malzemelerini de mermer ve ona benzer kaplama ürünleri almıştır. Tıpkı kahvehane tabirinin adının günümüzdeki adının kafe olması gibi tüm donatı elemanları, malzemeleri, döşeme sistemleri de günümüze göre güncellenerek değişmiştir. (Araz, 2010: 6-7).

**Resim 4.** Semai Kahvehanesi



**Kaynak:** Pahalı dekorasyonuyla dikkat çeken bir semai kahvehanesi, Araz, 2010: 6.

**Resim 5.** Osmanlı Kahvehanesi



**Kaynak:** 1840'lı yıllarda bir kahvehane, Araz, 2010: 7.

## 2. KAFE MEKÂNININ TÜRLERİ

Belki her gün uğradığımız, genellikle koşuşturmayla geçen günün ardından dinlenmek, yemek yemek, arkadaşlarımızla hoşça vakit geçirmek için gidilen bu mekânlar, kafe, bistro, pub ve brasserie gibi birbirinden farklı isimlerle yer alırlar. Çay evi, kahve evi ya da kafe olarak tanımlanan mekânlar ise adından da anlaşılacağı gibi sadece kahve ve çay odaklıdır ve hafif yiyecekler olabileceği gibi menülerinde tost, sandviç ve pasta tarzı yiyeceklerde bulunmaktadır. Ancak bazı ülkelerde kafeler, alkollü içecek ve sıcak yemek servisleri de yapıp restoran tanımına yakın nitelikli mekânlarda oluşturmuşlardır. (Güven, 2019: 185).

Kafeler genelde tercihe göre açık bölümlerinde olduğu alanlara sahiptirler. Büyük bir teras, kaldırım, meydan gibi alanlar genelde yaz mevsiminde müşterilere hizmet etmektedir. Kafe tipleri şu şekilde sıralanmıştır; (Güven, 2019: 185).

1. Kafe – Restoranlar
2. Kafe – Pastaneler
3. Otel Kafeleri

Böyle bir rekabet ortamında sayıları her geçen gün artan kafelerin, menü ve iç dekorasyon özellikleri de çeşitlenmiştir. Zamanla farklı kafe türleri oluşmuştur. Kahvenin yanında yeme içme çeşitlerine sahip olan kafeler olduğu gibi yalnızca içecek olarak kahvenin sunulduğu kafelerde bulunmaktadır. Heise kafe türlerini aşağıdaki gibi ayırmıştır. (Güven, 2019: 185).

### 2.1 KAFE RESTORANLAR

Yemek pişirilip satılan yer anlamına gelen restoran kelimesi dilimize Fransa'dan gelmiştir. Kafe ise en temel anlamıyla kahve ve çeşitli içeceklerin yanında pasta ve türevlerinin tüketildiği yerlerdir. Günümüzde kafe restoranlar, hem yemek hem tatlı, hem de hamurlu yiyeceklerin servisinin yanı sıra alkollü ya da alkolsüz içeceklerin de servis edildiği mekânlar olarak tanımlanır. (Araz, 2010: 16).

**Resim 6.** Mivan Restoran Kafe



**Kaynak:** <https://www.tripadvisor.com.tr>

## 2.2. KAFE PASTANELER

Kek üretmek veya satmak konusunda uzmanlaşmış bir perakende işletmedir. Bunun yanında top kek, muffin, sünger kek, poğaç, unlu mamulleri ve pasta unvanı altına giren diğer pişmiş ürünleri de satabilirler. Bu işletmelerde pasta ve tatlının yanında alkolsüz içecek servis edilmektedir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Pastane>).

**Resim 7.** Divan Brasserie Kafe



**Kaynak:** <https://www.divan.com.tr/restoran/divan-brasserie-bebek>

## 2.3. OTEL KAFELERİ

Tasarımı, özellikleri, kapanma ve açılma saatleri konumlandığı şehre ve ülkeye göre değişiklik göstermesine rağmen, bulunduğu yerin önemli noktalarından birisini oluşturan oteller, yerli müşterilerinin yanı sıra dışarıdan gelen misafirleriyle uluslararası bir önem taşımaktadır. Tercih şekline göre kimi zaman manzarasıyla, kimi zaman

hizmetiyle iş toplantılarına ve özel günlere ev sahipliği yapan, aynı zamanda arkadaşların beş çayı için toplandığı tercihe göre sıcak, soğuk yiyeceklerin yanında alkollü veya alkolsüz içeceklerde sunan bir işletme türüdür Güven, 2019: 186.

**Resim 8.** Hilton İstanbul Bosphorus



**Kaynak:** <https://royalune.com/pages/cafe-restaurant-projects>

#### 2.4. BİSTRO

Kökenini incelediğimizde Rusça’da hızlı anlamına gelen bistro kelimesi Fransızca’ya, Rus işgalinden sonra girmiştir. Fransa’da bar anlamını da taşıyan bistrolar, gün içinde insanların kısa molalar verdikleri kahve ve alkol tükettikleri mekânlardır. Kafelere oranla daha fazla yiyecek çeşidi bulunur. Orta ölçekli fiyat aralıkları olup mütevazı yerlerdir. Menülerinde genellikle Akdeniz ve Fransız mutfağına ait yemekler, sıcak ve soğuk sandviçler bulunmaktadır. Bistrolar çoğunlukla servis ettikleri gıdalarla tanımlanırlar (<https://www.nefisyemektarifleri.com/blog/bistro-ne-demek-bistro-brasserie-pub-cafe-restoran-farklari/>).

**Resim 9.** The Public Hotel İstanbul / 1901 Cafe&Bistro



**Kaynak:** <https://hotelthepublic.com/yeme--icme/1901-cafe--bistro>

## 2.5. PUB

Pub, İngilizce'den gelen bir kelimedir ve dilimize bar olarak yerleşmiştir. İngiliz kültüründeki "public house" kelimesinin kısa halidir. İngilizlerin rahatça girdiği ve özgürce zaman geçirdikleri alkollü mekânlardır. Menü içeriğine bakıldığında hızlı hazırlanan aynı zamanda açlığı gideren sıcak, soğuk yiyecekler bulunmaktadır. Eski zamanlardaki publarda kütüphanelerinde bulunduğu bilinmektedir. Her kesimden insanlar gelebildiği için, daha samimi, rahat, ekonomik ve daha içten mekânlardır (<https://www.nefisyemektarifleri.com/blog/bistro-ne-demek-bistro-brasserie-pub-cafe-restoran-farklari/>).

**Resim 10.** Marlay House Irish Pub /Amerika Birleşik Devletleri



**Kaynak:** <https://www.themarlayhouse.com/about>.

## 2.6. BRASSERİE

Bistrolara kıyasla daha kaliteli menü içeriğine sahip mekânlardır. Menüsü daha zengin ve çeşitlidir. Masalar özenli ve şık örtülerle düzenlenmiştir. Pek çok içecek türüne yer verilmektedir. Bu mekâna gelen kişiler, mekâna ayak uydurup giyimlerine daha özen göstermektedirler (<https://www.nefisyemektarifleri.com/blog/bistro-ne-demek-bistro-brasserie-pub-cafe-restoran-farklari/>).

**Resim 11.** T. Brasserie /Amerika Birleşik Devletleri



**Kaynak:** <https://www.tinbuilding.com/restaurants-and-bars/t-brasserie>.

### **3. KAFE MEKÂNLARININ OLUŞMASINDA ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER**

İnsan toplumsal bir varlıktır. İnsan davranışları toplumsal davranış dışında düşünülmemelidir. İnsanların toplumsal ve bireysel yetkeleri en üst düzeyde düşünülecek olursa kültürel psikolojik ve sosyal gereksinimleri için tasarlanan fiziksel çevrede ikinci plana atılmamalıdır. Mekân örgütlenmesi oluşturulurken dönemin mimari anlayışı fiziksel koşullar düşünülürken sosyo-kültürel yapısı da göz önünde bulundurulmalıdır. (Araz, 2007: 43).

Toplumsal davranış biçimi, insanların birden fazla olduklarının bilincine varmaları sonucunda kendilerini yönetme ile ilgili kurallar ve yüz yüze olduklarında nasıl davranmalarıyla ilgili bir ilişki türüdür. İnsanın içinde bulunduğu konumun durumuyla, ilişki içinde olduğu kişilerin bütünüyle düşünülecek olursa birbiriyle doğrudan alakalıdır. (Araz, 2007: 44).

Tek başına toplumsal davranış biçiminden söz etmek mümkün değildir. Yaşamının büyük bir kısmını topluma açık yerlerde geçiren insanlar fiziksel ve toplumsal çevreye farklı ve karmaşık biçimde tepki göstermektedir. Günümüze kadar yapılan araştırmalar sonucunda bazı toplumsal etmenlerle bazı davranışlar daha sıkı bağlaşımlar, bazı fiziksel etmenlerle bazı davranışlar arasında ise daha sıkı bağlaşımlar gözlemlenmiştir. (Araz, 2007: 44).

Bu bakımdan tasarımlar insan hayatında önemli bir yer tutmaktadır. Kamusal alanlarda ekonomik ve teknik kriterler geçerliliğini sürdürürken, beğeni, görsellik ve işlevsellik gibi etmenler kafeler için yapılan araştırmanın çıkış noktasını göstermektedir.

Bundan yola çıkarak kafelerin ve kahve mekânlarının toplumsal yaşamda önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. Buna göre kafe ve kahve mekânlarının oluşmasına ilişkin çeşitli faktörler bulunmaktadır. (Araz, 2007: 44).

- Kültürel Faktörler
- Sosyal Faktörler
- Psikolojik Faktörler

Bir tasarımın oluşmasında fiziksel etkenlerle birlikte, fiziksel etkileri de etkileyen psikolojik, kültürel ve sosyal etkilerde ön planda tutulmuştur. (Araz, 2007: 44).

### 3.1. KÜLTÜREL FAKTÖRLER

Kültür; toplum, insanoğlu, eğitim süreci, kültürel içerik, yaşam biçimi, örf, adet, sanat, anlayış ve davranış gibi kavramlar ve bunlarla ilgili ilişkilerin tümüdür. İnsan-çevre ilişkisi, insan var olduğundan bu yana süregelen bir ilişkidir. İnsan varoluş kaynaklarını olduğu kadar, yaşamını sürdürebilmesi için çevresel faktörlerin imkânlarından da faydalanmıştır. Bu ihtiyaçlar kültürel ihtiyaca dönüşerek çeşitlenerek artmıştır. Bu ihtiyaçlar çevreye göre şekillenmiş değişmiş ve artmıştır. Çevresinin sunduğu imkânları kullanan insanoğlu, çevresini ihtiyaçları doğrultusunda değiştirmiştir. Bunu akıl, idrak, enerji, fiziki güç ve kendisine sunulan yetenekle yapmıştır. Böylelikle çevresinde ki her şey onun için bir değer olmuştur. (Çopuroğlu, 2003: 14).

Kültür, kalıtımsal veya içgüdüsel değil, kişinin zamanla kazandığı bir edimdir. Kültür değişir ve buna uyumlu olmak ve ayak uydurmak gerekir. Kültürler, öykünme yayılma gibi yollarla komşularına benzerler. Kültürel sistem bireylerin psikolojik ve biyolojik isteklerine, ihtiyaçlarına göre uyum gösterir. Koşullar değiştikçe ihtiyaçlarda buna göre değişir. Yeni ihtiyaçlara göre bilinç düzeyi ortaya çıkar (Araz, 2007: 45).

Her birey doğumuyla beraber belli bir kültürleşme sürecine girer. Toplumda istenilen veya kabul görmeyen davranış kuralları, toplumsal veya özel ilişkiler, bulunulan çevreye göre farklılık gösterir. Dolayısıyla herkesin bu algılayışa, normlara tepkisi büyük değişkenlikler göstermektedir. (Araz, 2007: 45).

Kahvehaneler ilk açıldıklarında çoğu kesimde büyük bir tepkiye yol açmıştır. Karşı çıkanlar sebebi olmayan bu tutumu neye dayandırdıklarına dair bir gerekçe gösterememişlerdir. Asıl olarak sundukları neden kahvehanelerde ortaya çıkan kötü alışkanlıklardır. Kahvehaneler sosyalleşme, ikili ilişkilerin pekiştiği, gündelik hayatın

yorucu durumundan bir an kurtulmak için bir araya gelinen ve toplumsal davranış kalıplarının ifade edilmesine olanak sunan toplumsal ilişki alanlarıdır. (Araz, 2007: 46).

### 3.2. SOSYAL FAKTÖRLER

İnsanlar kafelere sosyalleşmek, yakınlarıyla görüşmek, özel günlerini kutlamak veya sosyal aktivitelerde bulunmak amacıyla giderler. Kahve tüketilen mekânlar, kültürel ve sosyal değişimin olduğu yerler olarak sayılabilirler. Özellikle 1800'lü yıllarla birlikte şehirleşme ve değişen sosyal yapıyla beraber kahvehane sayısı artmış ve talepte yükselmiştir. Kahvehaneler öğrencilerin, sanatçıların ve her kesimden halkın gelip sohbet ettiği, sosyalleştiği en gözde mekânlar olmuşlardır. (Araz, 2007: 46).

İlk başlarda kahvehanelere tepkiler olmasına karşın kısa süre sonra bu algı yok olarak herkesin çok sevdiği bir mekân ve kahve ise sevilen bir içecek haline gelmiştir. Asıl önemli olanın mekân olduğu, çünkü gelişmiş ve geleneksel toplumlarda bilginin ve kültürün bir araya gelerek ve sohbet ederek ortaya çıktığı görülmüştür. (Bajmaku, 2014: 72).Ed Georgeon bu konuda ki görüşünü şu sözlerle dile getirmiştir;

“Kahvehanelerin yaygınlaşması ile birlikte, belli merkezlerde yoğunlaşmaya başlanmış ve vakit geçirmenin, sosyalleşmenin yeni mekânları olmuştur. Zamanın kahvehanelerini günümüzün eğlence mekânları disko, kafe, bar gibi mekânların genelde belli semtlerde bir arada bulunması gibi değerlendirebiliriz. Kahvehane etkinliklerinin en başında kahvehanelerin birer sohbet yeri olduğunu vurgulamalıyız. Bunun yanında kahvehaneler vakit geçirme, aylaklık yerleridir.” Kahve içmenin yanında sohbetinde olduğu, arkadaşlarla geçirilen dakikaların paha biçilmez ve kaliteli zamanlar olduğu, fikir alışverişinin en yoğun olduğu mekânlar olmuşlardır. “Kahve bahane sohbet şahane” sözünün özü burada tam olarak ifade edilmiştir. (Bajmaku, 2014: 73).

Türkiye’de birçok ilde çok sayıda kafe bulunmaktadır. Köy kahvehaneleri ile kıyas edildiğinde, kafelerin orta ve yüksek gelirli müşterileri vardır. Genel anlamda belirli zaman dilimi içinde ziyaret edilen bu mekânlar sosyal statüye ve belirli bir alana sahip olduklarını göstermek amacıyla müşteriler tarafından tercih edilmektedir. Salt yemek yemek için değil, iletişim kurmak, zaman geçirmek, sohbet etmek, arkadaşlarıyla görüşmek için daha da önemlisi psikolojik olarak rahatlamak amacıyla kafeler tercih sebebidir. (Araz, 2007: 47).

### 3.3. PSİKOLOJİK FAKTÖRLER

Mekânlar insanlar üzerinde psikolojik etki yaratırlar. Sosyal görüşmeler için arkadaşlarımızla bulduğumuz kafe restoranların birinci tercih edilmesinin sebebinin, mekânın tasarım yönüyle doğrudan alakalı olduğu söylenebilir. Sadece renk, doku veya dekorasyon için tercih edildiği ve dikkat çektiği düşünülürken, aslında mekâna bir bütün olarak bakıldığını ve zihnimize bıraktığı bütünlükten etkilendiğimizi göstermektedir (<https://www.gencimimarlar.com/post/mekanlar%C4%B1n-i-zi-psikoloji>).

Bilim insanı Gestalt ilkelerine göre, parçaların bütünlük içinde bir manası vardır. Mimari psikolojiye göre parçalar bir araya gelerek bir bütünlük oluşturmaktadır. Çok parça ama tek fikir. (<https://www.gencimimarlar.com/post/mekanlar%C4%B1n-i-zi-psikoloji>).

Bir mekâna girdiğimizde her şeyi bir bütün olarak algıladığımızda rahat ve konforlu veya huzursuz hissetmeye başlarız. Keskin hatlı yüzeyler ve materyaller stres seviyesini yükselterek zarar göreceğimiz algısını oluştururken, oval ve yuvarlak hatlı mazlemeler daha güven dolu ve samimi hissetmemizi sağlamaktadır. Aynı şekilde koyu ve soğuk tonlar ortamda bunaltıcı etki verirken açık ve canlı renkler o mekânda geçirilen sürenin sohbet açısından daha sağlıklı ve verimli olduğunu göstermiştir. Bir diğer etki de ışıktır. Aydınlatma ne kadar loş dağınık ve sıcak bir formdaysa insan üzerinde daha olumlu etki bırakmaktadır. Kafelerde konuşulan konu önemli ya da önemsiz olsun, diğer mekânlara oranla burada ki sohbetler bu sayılan etmenler neticesinde kişide ki ruh halini etkilemektedir. Bu etkilerin tamamı bir bütündür. Günlük hayatın getirdiği yorgunluk, koşturma stres gibi faktörler insan hayatında yorucu bir etkidir. Bir an nefes almak, stres atmak, arkadaşlarımızla hoşça vakit geçirmek için tercih edilen kafe restoranlar, tasarım yönünden bize en yakın gelen yerleri tercih etmemizle birlikte huzurlu hissetmemizi de sağlamaktadır (<https://www.gencimimarlar.com/post/mekanlar%C4%B1n-i-zi-psikoloji>).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### MİMARLIKTA MEKÂN KAVRAMI VE KAFE MEKÂNLARININ İŞLEVSEL ÖZELLİKLERİ

#### 1. MİMARLIKTA MEKÂN KAVRAMI

İnsanların doğal çevreden korunma içgüdüsüne yanıt olarak çevre şartlarına karşı önlem almak, kaçmak, sığınmak, kapalı bir yere gitmek, örtmek gibi davranışlarda bulunması doğal bir davranıştır. Mimarlık, bu anlamda içinde yaşadığımız yerlerle bizi çevreden ayıran en önemli unsurları bir araya getirir. (Narin, 2019: 17).

Her yapı, bazı malzemelerle dönemin inşaat tekniğine dayalı olarak fiziki mekân şeklinde oluşturulup, mimari mekân haline gelirler. (Altan, 1993: 78).

Mimarlıkta mekân; mekân deyince çevresi tamamen kapatılmış bir alan akla gelir, yani derinlik, genişlik, yükseklik ölçülerine sahip alanlar olarak tanımlanır. Ancak salt dış hacimler dışında ışık ve bitkilerle yapılan alanlarda mekân olarak adlandırılabilir. (Narin, 2019: 18).

Her mekânın kendine göre belirli ihtiyaçları vardır. Bu temel ihtiyaçlar insan yaşantısını doğrudan etkilediği için mimarlar tarafından arka plana atılmayacak kadar değerlidir. Herkes için farklı olan mekân algısı tasarım yönünden kuvvetlendirildiğinde ve bazı temel özellikler bir araya getirildiğinde ortak bir paydada buluştuğunu görürüz. Mimarın mekân algısı ilişkisiyle, algılayan kişinin dikkatiyle arasında doğrudan bağlantı vardır ve o algı istem dışı harekete geçmektedir. Çünkü bir mekâna aitlik duygusu kişinin mekânla kurduğu bağ ile dolayısıyla sosyal ve psikolojik anlamda etkilidir. Bulduğumuz mekânlarda ses, doku, koku gibi duyu organlarımıza hitap eden şeyler bizim aklımızda birçok duygu uyandırıp bizim belleğimize yer etmektedir. Belleğimize yerleşen bu etkiler mekân ile kişi arasında bir tür alışveriş oluşmasını sağlar. İlk defa deneyimlediğimiz mekânlar bize bazı şeyler sunar (<https://mimaritasarimsurecveetkilesimleri.wordpress.com/2016/12/20/mimarlikta-mekan-algisi/> /Nc Dünya Flor).

O zamana kadar ürettiğimiz her şey yeniden şekillenir ve mekâna bakış açımız değişir, farklı birikimler üretiriz. Aslında hafızamız ve duyu organlarımız, bir mekânın somut bir tanımdan ibaret olmadığını, soyut anlamlarla da ilintili olduğunu bize vurgular (<https://mimaritasarimsurecveetkilesimleri.wordpress.com/2016/12/20/mimarlikta-mekan-algisi/>).

## 2. İÇ MİMARLIKTA MEKÂN KAVRAMI

İç mekânlar çoğu zamanımızın geçtiği alanlardır. Gün doğumundan batımına kadar eylem ve etkinliklerimiz bu alanlarda gerçekleşip, yeme içme, uyuma, barınma, çalışma gibi şeyler bu eylemlere cevap verir ve moral ve motivasyonumuzu bu alanlar etki eder. Yaşamsal etkinlikler bu alanlar içerisinde sürmektedir. Mekân tek başına boş bir hacmi nitelerken, onu oluşturan dikey ve yatay elemanlar bu boş hacimleri farklı kimliklere büründürür. Her hacim bütünlüğü ile bir iç düzene sahiptir. Strüktür iç ve dış hacmi ayakta tutarak dengeyi sağlar. Her ne kadar dış yüzeyi yapılandırırsa da uzaysal boşluk içerisinde bakıldığında iç mekânı nitelendirir. Buna göre strüktür yardımıyla işlevsel olarak oluşturulan yapılar, tanımlı iç mekânları oluştururlar (<https://www.dunyafior.com/ic-mekan-kavrami>).

Mekân düzenlemelerin en önemli belirleyicilerinden birisi de insan gereksinimleridir. Bunun için öncelik olarak fiziksel, psikolojik ve sosyal gereksinimlerin ön planda tutulması gerekir. Kültürel farklılık ve toplumsal yaşantılar kullanım alanlarında mekân kurgulanması adına değişiklik göstermektedir. İç mekânı oluşturan bileşenler mekân örgütlenmesinde önemli bir rol üstlenir. Mekân bileşenleri kullanıldıkları alanlara göre ayrıştırıcı, birleştirici, yönlendirici, sınırlayıcı gibi özellikler üstlenmektedir. Mekânların önemi, eylemler, içinde harcanan ve değerlendirilen zaman, hareket yoğunluğu, gereksinimleri ve mekân içinde dolaşım alanları insana göre belirlenmektedir. Tasarımcının o mekânı yaşanır kılıp yaratmak istediği özellikler arasında öncelik olarak konfor, estetik deneyimler, alışkanlıklar olmalıdır. Mekân içinde bulunan bireyin, oraya ait ışık düzeni, renkleri, zemin döşemesi, duvar yüzeyi ve donatı gibi her türlü fiziksel örgütlenmesiyle birlikte iç içedir ve birbiriyle etkilidir. Çevre ve birey arasında kurulan bu etkileşim neticesinde birey orayı yaşanır hale getirir ve rahat hareket alanına kavuşturur (<https://www.dunyafior.com/ic-mekan-kavrami#:~:text=%C4%B0%C3%A7%20mekan%2C%20i%C3%A7erideki%20mekan%20kavramla>).

Tasarımın en önemli etkenlerinden biri de mekânda kullanılacak malzemelerdir. Malzemenin, kimyasal ve fiziksel özellikleri, mekânın bileşenlerini de etkilemektedir. Mekânın yapısına göre, duvarlar, zemin döşemeleri, tavanlar, merdivenler, donatılar, o mekâna bir kabuk oluşturmaktan ziyade, içinde yaşayacakların kültür, zevk ve gereksinimlerini yansıtır. (<https://www.dunyafior.com/ic-mekan-kavrami#:~:text=%C4%B0%C3%A7%20mekan%2C%20i%C3%A7erideki%20mekan%20kavramla>).

### 3. KAFE MEKÂNLARININ İŞLEVSEL ÖZELLİKLERİ

Konfor ve hizmet kalitesini yansıtmaya açısından kafelerin iç mekân özellikleri, servisi, menüleri o mekânın kimliğini ön planda tutmaktadır. Birçok kafenin iç mekân tasarımına ve akışına bakıldığında benzer işleyiş biçiminde hizmet verdikleri görülmektedir (Durmuş, 2010: 65).

#### 3.1. PLÂN DÜZENİ

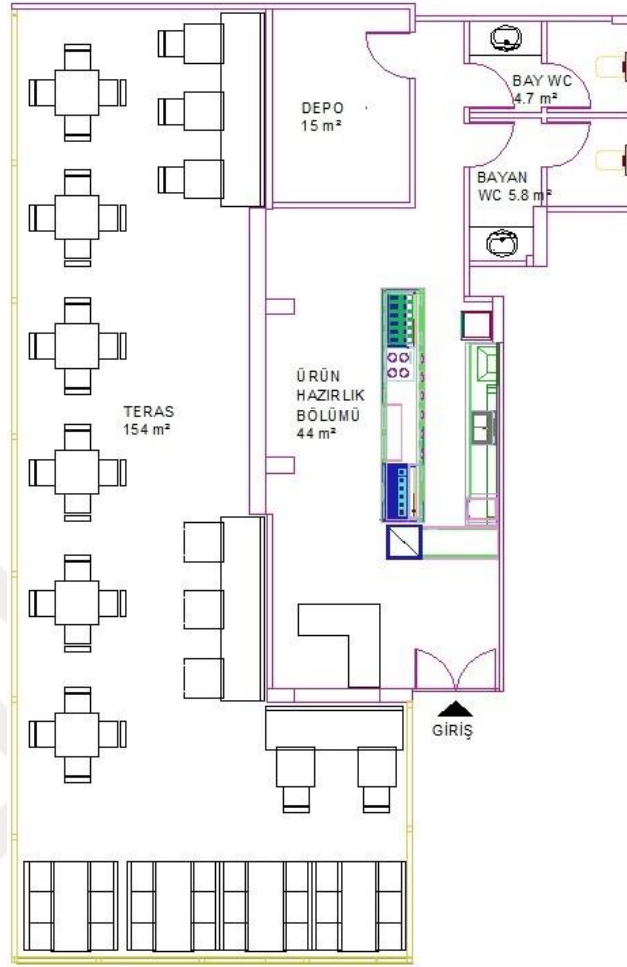
Kafelerde genel olarak sirkülasyon akışı, tezgahın konumu, teşhir ürünleri, malzeme ve donatı elemanlarının doğru yerleşimi önemlidir. Mekânların plan düzenleri bulunduğu çevreye göre, yani amaç ve ihtiyaca göre çeşitlilik göstermektedir. Planı hatalı olan her mekân servis akışının bozuk olmasına, kullanışsız alanların olmasına, müşteri trafiğinin kontrolsüz olmasına ve karışmasına sebebiyet vermektedir (Durmuş, 2010: 65).

Mekânda geçirilen her süre müşterinin kaliteli vakit geçirme süresiyle doğrudan etkilidir. Mekânsal dağılım, ürün sergileme, servis ve kullanıcı düzeni bu kapsamda önem taşımaktadır. Dolayısıyla müşterinin ürünlere kolaylıkla ulaşabileceği şekilde hareket edebilmesi ve servis akışının doğru olması, mekânın doğru çözümlenmiş olduğunu gösterir (Narin, 2019: 27).

Planlamayı doğru oluşturan parçalar ana madde olarak ürün teşhir standı, ürün hazırlama alanı, üretim bölümü, paketleme bölümü, servis alanı, müşteri dolanım alanı ve oturma planı olarak sınıflandırılabilir.

Aşağıda örneği verilen kafe planında girişten başlayarak ürün teşhir üretim ve servis standı, kasa bölümü, depo, bay bayan tuvalet alanı ve müşteri oturma planına olarak doğru şekilde düzenlenmiştir. (Şekil 13). Kafelerde müşteriye hitap eden ilk nokta satın alacağı ürünün doğru teşhir edilmesi olmalıdır. Pasta, kek, poğaç, dondurma tarzı yiyecekler müşterinin albenisini çekmesi açısından giriş kısmındaki stantlarda konumlandırılması kafeler için doğru bir düzenleme biçimi olacaktır. Özellikle müşterinin stanttaki ürünleri görerek seçerek satın alması, müşteri ile kafenin arasında önemli bir bağ oluşturmaktadır. Ürünlerin doğru sergilenişi bunun yanında önemli bir unsurdur.

**Resim 12.** Kafe Biyer /Afyonkarahisar



İç mekânların kapladığı alanlar sınırlı alanlardır. Bu alanları doğru olarak çözmek ve etkin bir biçimde kullanmak gerekir. Bazı hususlara dikkat edilerek düzgün bir planlamayla akışa uygun doğru bir plan çıkarılmalıdır. (Narin, 2019: 28).

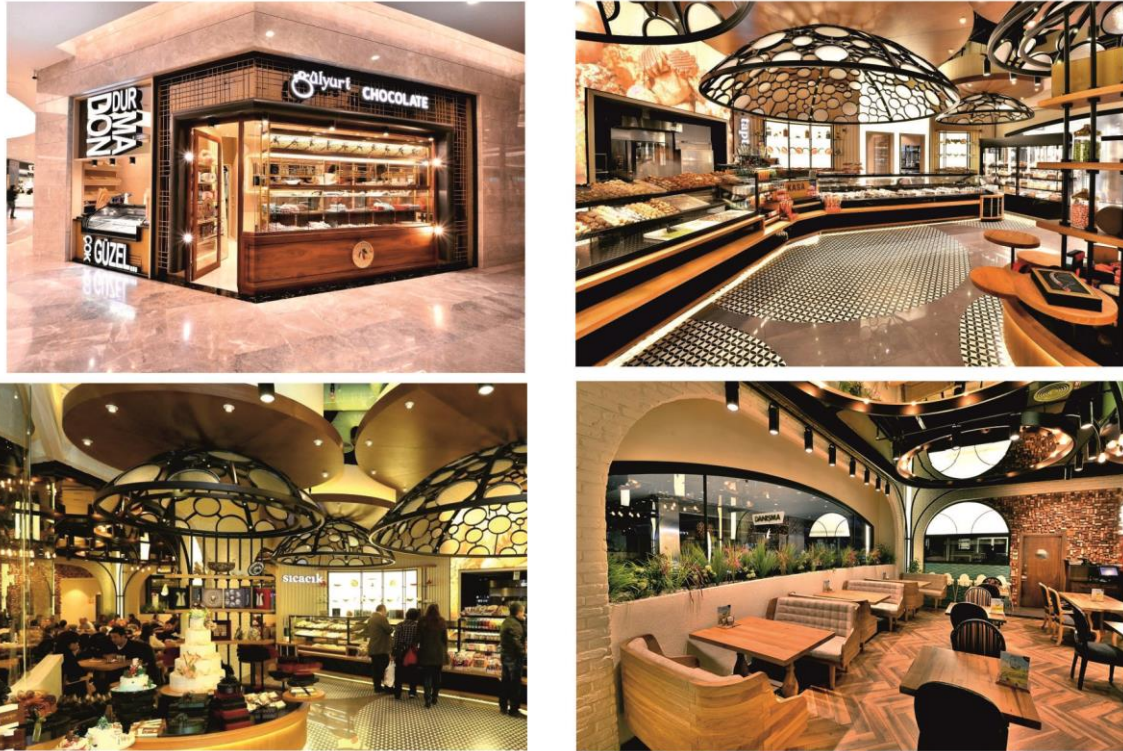
- Ürün satış alanı
- Ürün çeşitliliği
- Ürünlerin satın alınma alışkanlıkları
- Ürün satma yöntemi
- Donatım miktar ve niteliği
- Dolaşım alanı
- Müşteri oturma alanı
- Servis akışı (Narin, 2019: 28).

### 3.2. DONATI ELEMANLARI

Donatı elemanları başlıca olarak kafelerde bulunan ve o kafenin iç yapısını oluşturan her türlü ekipmana verilen addır. Her türlü tasarım, düzenleme, mobilyaaksamı ve donatı elemanlarını oluşturmak tasarımcıya aittir. Konfor ve ergonomiye uygun olan her donatı elemanının müşterinin rahatını ve hareket alanını zorlaştırmaması gerekmektedir. Mekânda bulunan donatı elemanlarının diğer materyallerle uyum içinde olmasının yanında onu tamamlaması, tanımlaması ve denge içinde olması gerekir. Mekânın formunu ve yapısını bilmek donatı elemanlarını doğru ve etkin bir şekilde kullanmamızı ve doğru bir yerleşim düzenlememizi sağlar (Narin, 2019: 28).

Başlıca donatı elemanları teşhir ürünleri için oluşturulan tezgâhlar, hazırlık ve üretim tezgâhları, ürün sergileme rafları, oturma üniteleri, masalar ve dekor için kullanılan ürünler olarak sayabiliriz (Narin, 2019: 28).

**Resim 13.** Gülyurt Pasta Kafe Restoran /Afyonkarahisar



**Kaynak:** <https://www.google.com/search?q=afyon>

### 3.3. RENK

Aydınlatmadan veya bir ışık kaynağından yayılan ışığın, gözlerimiz aracılığıyla biz de yarattığı niteliksel duyum ve algı durumuna renk denir. İç tasarımı etkileyen unsurlar arasında renk çok önemli bir rol oynamaktadır. Renk, her zaman algı alanımızda bulunan, insanların sağlıklı yaşamında ve mutluluğunda etken bir olgudur. Görmede göze

ulaşan ışık ışınları fiziksel bir olaydır, bu ışınlara tepki olarak gözde meydana gelen süreçler fizyolojik bir olaydır, nesnelere beyinde tanınması ise psikolojik bir olaydır. Rengin mekânsal algı üzerindeki etkisi, tüm fizyolojik, fiziksel ve psikolojik olgular dikkate alınarak sonuçlara varılmalıdır. Renk aynı zamanda işlevlerini ifade ederek ve gerçekleştirerek mekânın algılanmasına da katkıda bulunur. (Narin, 2019: 36).

Kafelerde kullanılan renkler o yerin ruhunu oluşturmada büyük önem taşır. Doğru renk seçimiyle uygun dekoratif ürünler, ışık aydınlatma elemanları, ahşap mobilya üniteleri, oturma grupları ile tamamlandığında muhteşem bir uyum yakalanmış olacaktır. Bunun için kafe dekorasyonu oluşturulurken renk skalasına dikkat etmek gerekir. Birden fazla renk kullanımı kullanılması dahilinde dekorasyon amaçlı seçilen ürünlerinde birbirine uyumu önemlidir. Örneğin klasik tarzda dekore edilen bir kafede daha sıcak renk tonları ahşap masa, sandalye ve duvar üniteleri ortama hareketlilik katar. Modern tarz kafelerde genelde geniş ölçekli duvar kâğıtları, şık koltuk ve sandalyeler, puflar, modern ışıklandırma sistemleri, yüzeylerde ve yerlerde kullanılan mermer ve seramik ürünler tercih edilmektedir (Narin, 2019: 36).

Kış bahçesi olarak kullanılan alanlarda ise bitki ve ahşap ürünlerin tercih edilmesi doğayla baş başa olma hissiyatı kazandıracaktır. Kafe dekorunda kırmızı, altın, sarı, turuncu gibi mutluluk veren ve iştah açan tonların kullanılması müşterinin kafe tercihinde etken rol oynayacaktır (Narin, 2019: 36).

Renklerin insan algısı üzerine etkisi şu şekilde sıralanabilir;

- Renkler mekânın ruhunu belirler.
- Sıcak ve soğuk tonların insan üzerinde fiziksel ve zihinsel olarak bir etkisi vardır. Sıcak renkler ortama huzur, birlik, bütünlük ve aitlik hissi yaratırken, soğuk tonlar gergin ve donuk bir ortam oluşturur.
- Ağır ve koyu tonlar mekâna keskin ve diplomatik bir hava yansıtır.
- Yatay formdaki renkler mekânda genişlik ve dikey formdaki renkler mekânda yükseklik hissi yaratır.
- Açık renkler ferahlık etkisi verir.
- Her rengin bir kişiliği vardır. Ortama karakter katar. Ve girdiği mekâna direkt etki eder.

• Farklı renkler kullanılan yüzeyler, mekânlara ve malzemeye netlik kazandırır. Vurgulama açısından birbirine zıt ama uyumlu renkler kullanmak o mekân için uygun olacaktır. (Narin, 2019: 36).

**Resim 14.** Renklerin Anlamları



**Kaynak:** <https://slideplayer.biz.tr/slide/12019878/>

#### 3.4. MALZEME

En yalın tabirle malzeme, kullanılan nesne demektir. İç mekânda ki donatıların tamamı malzemedен oluşmaktadır. Kullanılan malzemenin doku ve özelliklerini bilmek, tanımak olası sorunların önüne geçecektir (Narin, 2019: 37).

Malzeme su geçirgenliği, yalıtım, ısı geçirgenliği, sünme, dayanım, yorulma gibi bir takım özelliklere sahiptir. Tasarım sürecinde kullanılan her malzemenin iklim şart ve koşullarına uygun şekilde seçilmesi malzemenin ömrünün uzun olmasını sağlayacaktır. Akustik bir mekân için hassas, ses emilimi yüksek bir malzeme seçilirken, ıslak hacim için kullanılacak alanlara kaymayan ve emilimi yüksek ürünlerin kullanılması doğru bir seçim olacaktır. Bu yüzden malzemeyi ve mekânı iyi tanımak gerekir (Gündüzlü, 2021: 31).

Her malzemenin kendine has özellikleri vardır. Ahşabın iç mekânda kullanımı üzerine yapılan bir araştırmaya göre, koyu renk ahşabın tek bir alanda kullanımı bile sıcaklık, samimiyet, huzurlu bir etki yaratırken tüm yüzeylerde kullanımı kullanıcılar üzerinde olumsuz etki etmiştir. Aynı şekilde açık renk ahşap kullanımı tek bir yüzeyde ferah bir etki verirken, çoklu alanlarda yorucu ve boğucu olarak nitelendirilmiştir. Bu araştırmayla doğru ve yerinde ürün kullanımının ve derecesinin ne kadar önemli olduğu pozitif ve negatif etkileriyle ortaya çıkmıştır (Gündüzlü, 2021: 31-32).

### 3.4.1. Doğal Malzeme

Herhangi bir geliştirme ihtiyacı olmayan, doğada saf halde bulunan, yakıt tüketimine sebep olmadıkları için çevreye de zararı olmayan sürdürülebilir malzemelerdir. Ahşap, taş, kil, çakıl, kum, toprak, kerpiç doğal malzemelere örnek olarak sayılır. (<https://emsal.com/mimaride-en-cok-kullanilan-yapi-malzemeleri/>).

### 3.4.2. Yapay Malzeme

Doğal malzemelere kıyasla daha uygun fiyatlı, daha uzun ömürlü, dayanıklı ve dirençli malzemeler olup daha ekonomik çözümler için kullanılmaktadır. Çeşitli yalıtım malzemeleri, seramik, cam, briket, boya, tuğla, plastik yapay malzemelere örnek olarak sayılır (<https://emsal.com/mimaride-en-cok-kullanilan-yapi-malzemeleri/>).

Kullanılan malzemeye bağlı olarak göre yüzey; dayanıklılık, soğukluk, sıcaklık olarak mutlak bir etki yaratacaktır. Ahşap ve kumaş ağırlıklı yüzeyler mekânda daha sıcak bir etki yaratırken, metal yüzeyler daha soğuk bir izlenim yaratacaktır. Ayrıca yüzeydeki dokunun etkisi buna göre değişkenlikte gösterebilir. Ürün iletişimde sağlamlık, dayanım, kolay temizlenebilir olması gibi unsurlar ilk etapta önem taşır. Dolayısıyla bir ürün ancak yüzeyinin ayırt edici ve nesnenin anlamına uygun olması durumunda doğru değerlendirilebilir (Narin, 2019: 38).

Ahşap, vinil, seramik gibi sert ve dayanıklı ürünler mekânda genişlik ve ferahlık hissi yaratırken süslemelerde bu genişlik hissine katkı sağlar. Döşemeler desenliyse duvarlarda zıtlık oluşturulup uyum sağlanmalıdır. Şeffaf ya da yarı şeffaf yüzeyler ise mekânı aydınlatma konusunda yardımcı olur (Narin, 2019: 38).

Kafeler insanların sosyalleşmesine vesile olan kamuya açık alanlardır. Her kültürden insanın uğrak yeri olan kafelerin alışılmışın dışında kendine özgü konforlu, estetik amaca cevap veren bir tarzı olmalıdır. İşlevsellik açısından aynı olmasına rağmen malzeme seçimi her kafede farklı olmalıdır. Kafelerde genel olarak farklı renk ve özelliklere sahip ahşap, seramik, mermer gibi ürünler kullanılmalıdır. İhtiyaca yönelik ürün seçimi kafenin hizmet ve kalitesi açısından önem arz etmektedir (Durmuş,2010: 98).

**Resim 15.** Ahşap ve Cam Sehpa Örneği



**Kaynak:** <https://evka.com/products/aqua-brook-masif-orta-sehpa>

**Resim 16.** Ahşap ve Metal Sehpa Örneği



**Kaynak:** : <https://www.abronya.com/sehpa-ayagi-metal/>

### 3.5. DOKU

Dokunma veya görme yoluyla algıladığımız, yüzeylerin dışına vuran, taşan her şey dokudur. İç mekânın görseelliğinin algılanması açısından diğer unsurlar kadar dokuda önem taşımaktadır. Her dokunun kendine has özellikleri vardır. Doku malzemelerin yüzeyleri ile ilgili bir durumdur. Dokulu yüzeylerin bazıları sert bir yüzeyken, bazı yüzeyler düzgün ve kaygan özelliklere sahiptir. Dokuları sert, orta sert, yumuşak ve orta yumuşak olarak gruplandırabiliriz (Gündüzlü, 2021: 38).

Yapılan araştırmaya göre orta sert yüzeye sahip dokular derin, ifadeli, ciddi, kararlı, olumlu bir etkiye sahipken, sert yapıyla yüzeyli dokular otoriter, güçlü, soğuk, sıkıntılı, kaba bir etki vermiştir. Yumuşak yüzeyli dokular ise rahatlatıcı, sakin, huzurlu, basit, sade, sakinleştirici ve sıcak bulunmuştur. (Gündüzlü, 2021: 38).

Sert yapıya sahip dokular daha yakından, yumuşak dokuya sahip dokular daha uzaktan algılanır. Dokularının mekân algısındaki etkisi ise şudur diyebiliriz; sert yapıya sahip dokular daha küçük, yumuşak yapıdaki dokular daha büyük olarak algılanır. Sıcak renklere sahip nesnelere olduğundan daha yakın, soğuk renklere sahip nesnelere olduğundan daha uzak olarak algılanır. Doğrusal ve damarlı dokular bir yüzeyin uzunluğunu ve yüksekliğini vurgular. Kaba desenli dokular, deseni daha yakından algılamamızı sağlar, gözümüzde ölçüsü küçülerek, görsel yoğunluğu artar. (Gündüzlü, 2021: 40).

Dokular kullanım alanları göz önünde tutularak uygulanması gerekir. Çalışma ortamındaki sandalye yüzeyinin yumuşak olması uyku getirebilir, bu verimi ve çalışma performansını düşürür. Dokunun sert yüzeyli olması durumunda ise bedeni ergonomik açıdan rahatsız edici bir hale getirir. Mekânı ve ortamı iyi algılamak ve ona göre bir

tasarım geliştirmek gerekir. (Gündüzlü, 2021: 37).

Dokuyu görsel açıdan algılamanın en etkin yolu ışıktır. İyi bir ışıklandırma yapılmış bir mekânda dokulu bir yüzeye sahip bir duvar, ışığın yüksek etkisi sonucu daha iyi daha derin algılanabilir. Bu etki, ışığın yönüne ve şiddetine göre koyu, daha açık veya daha derin olarak değişkenlik göstermektedir. Sert dokulu mekânlarda ışığın dokulu yüzeye yansımaları sonucu ışığın yoğunluğu artar. Yansıyan ışık yoğunluğu aydınlanma düzeyini artırır. Yumuşak yüzeylerde ışık, yüzeydeki derinlerini ve gölgeyi artırır. Mekânın genel aydınlık düzeyi kullanılan dokuyla doğru orantılıdır. Işık ne kadar parlaksa ve yoğunsa, dokuda o ışığın mekânda ki hacim etkisini belirler. Kısacası seçilen dokular mekânı uzaklık yakınlık, sıcaklık soğukluk ve dar veya geniş olarak algılamamızda etki eder. (Gündüzlü, 2021: 40).

Dokular insanlar üzerinde farklı etkiler bırakır ve insanların psikolojisini etkiler. Dokunun şekline, biçimine göre bu etkiler değişkenlikler gösterir. Örneğin yumuşak yüzeyli dokular kişide sakinlik, dinginlik, rahatlık gibi etkiler bırakırken, sert yüzeyli dokular uyarıcı, canlı, dinamik ve enerji veren etkiler bırakır. (Narin, 2019: 40-41).

### **3.5.1. Doğal Doku**

Doğal dokular yün, taş, ahşap ve pamuk gibi malzemelerden yapılır. Bu malzemeler ortamda sıcak ve doğal bir hava oluşturur. Pamuklu ve yumuşak yüzeyler ortamda hoş ve konforlu bir etki yaratırken, ahşap ve taş malzemeler mekâna doğal ve rustik bir hava katar (<https://gizempakyurek.com/blog/ic-mimarlikta-doku-ve-desen-kullanimi>).

### **3.5.2. Yapay Doku**

Yapay dokular polyester, suni deri, plastik gibi elementlerle oluşturulur. Yapay dokular, doğal dokulara oranla daha modern ve şık ortamlar yaratır. Metal yüzeyler, suni derilerle yapılmış mobilyalar, dokulu, kabartma desenli duvar kağıtları, tuğla duvarlar, tavana yapılmış süslü kabartmalı desenler mekânda sofistike ve lüks bir hava yaratır (<https://gizempakyurek.com/blog/ic-mimarlikta-doku-ve-desen-kullanimi>).

**Resim 17.** Doğal Doku Örneği



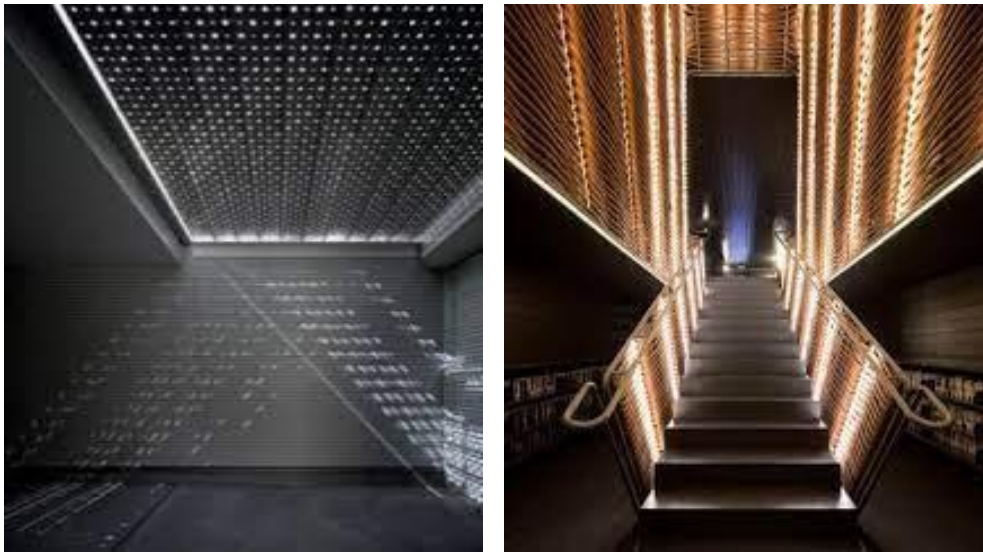
**Kaynak:** <https://www.milliyet.com.tr/cocuk/kultur-sanat/agaclarin-yasi-nasil-hesaplanir>.

**Resim 18.** Yapay Doku Örneği



**Kaynak:** <https://www.stonewrap.com/urunler/kultur-tasi/kreatif-renk-sistemi>

**Resim 19.** Işığın Dokulu Yüzeye Verdiği Etki



**Kaynak:** <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1032927>.

### 3.6. AYDINLATMA

Aydınlatma, doğal ve yapay aydınlatma araçlarıyla ışığı nesnelere yönlendirerek mekânın ve içindeki nesnelere gerçek boyutunda ve doğal renginde algılanmasını sağlayan sistemi ifade eder. Aydınlatmanın amacı, görme açısından en kaliteli ortamı ve doğru aydınlık seviyesini yakalamaktır. Bu nedenle mekâna uygun aydınlatma tipinin doğru seçilmesi gerekmektedir. Doğru aydınlatma için doğal ve yapay ışığın doğru kullanılması gerekir. Bir binanın içindeki ana ışık kaynağı genellikle gün boyunca pencerelerden süzülen güneş ışığıdır. Güneş ışığının yetersiz olduğu yerlerde ve akşam saatlerinde yapay aydınlatma elemanları kullanılır. Mekânda ki yetersiz her aydınlatma, kullanıcının fiziksel ve zihinsel anlamda sağlığını olumsuz yönde etkileyerek iş verimliliğinin düşmesine ve mekânda ki kullanıcıların olumsuz yönde etkilenmesine neden olur. (<https://www.ekoyapidergisi.org/gun-isi-ile-dogal-aydinlatma>).

Aydınlatma bir mekânın kişiliği ve kimliğidir. Mekândaki bütün donatıların iyi algılayabilmek için ışığın çok iyi kurgulanması gerekir. Bir mekânı algılamamanın en iyi yolu, doğru aydınlatmadan geçer. Aydınlatma en az renk, doku, malzeme kadar önemlidir. Bir mekânda kaliteli etkileşimin yüksek olması için aydınlatma tasarımının ölçütlerine dikkat etmek gerekir. Işığın rengi ve yönü malzemelerin rengini, nesnelere yüzeyindeki parlaklık veya matlıkları, mekândaki algı eylemlerini etkilemesi açısından önem taşımaktadır (Gündüzlü, 2021: 41).

Yeme-içme mekânlarında yaynık ve doğrultulu ışık sistemi bir arada kullanılmalıdır. Homojen şekilde yayılan ışık, bölgesel ışığın vurduğu keskin hatları kırarak, ifadelerin sert görünmesini engeller. Yaynık ışık ile doğrultulu ışığın birbirine paralel olarak kullanılması ifadelerin yumuşamasını sağlar. (Gündüzlü, 2021: 41).

Duvar ve tavanlarda koyu renklerin tercih edilmesi ışık akısını önemli ölçüde emerek ışık seviyesinin verimliliğini düşürecek ve gölgelerin kalitesini değiştirecektir. Bu, ortamda kullanılan aydınlatma elemanlarının sayısının artırılması ihtiyacını ve gereksiz maliyete sebebiyet verecektir. (Gündüzlü, 2021: 41).

Kafelerde masa üzerinde konumlandırılan aydınlatmaların, genel aydınlatmaya oranla daha yüksek seviyede olması gerekir. Bölgesel ve genel aydınlatmaların bir arada kullanıldığı mekânlarda ışık seviyesinin dengede tutulması, olası bir zıtlık oluşmasını engelleyerek bir denge sağlayacaktır (Gündüzlü, 2021: 41).

İç mekân aydınlatması, bölgesel ve genel olmak üzere ikiye ayrılır. Her iki aydınlatma türünde de endirekt ve direkt olarak aydınlatma sistemleri kullanılır. (Narin, 2019: 44-45).

Genel aydınlatma, bir yeri tümüyle aydınlatma olarak tanımlanabilir. Genel aydınlatmalar, okul, hastane, alışveriş merkezleri, depo, fuaye gibi büyük mekânlar için kullanılır. Görsel etki sağlamak yerine sadece iyi görmeyi, mekânı iyi algılamayı, nesnelere iyi seçmeyi ve işlevi amaçlamış bir aydınlatma sistemidir. Genel aydınlatma ışığı eşit miktarda dağıtması açısından avantajlıdır. (Narin, 2019: 45).

**Resim 20.** Genel Aydınlatma Örneği



**Kaynak:** <https://www.orjiled.com/endustriyel-led-aydinlatma.php>

Bölgesel aydınlatma yalnızca dikkat çekilmek istenen yere uygulanan bir aydınlatma türüdür. Detaylar yalnızca bölgesel aydınlatmaya özeldir ve görsel amaca yönelik yapılır. İstenilen düzeyde, istenilen konumda ve istenilen tasarımda uygulanır. Bir nesneyi vurgulamak maksadıyla yapılır ve aydınlatmanın ışık şiddeti objeyi göstermek amaçlı olduğu için, bölgesel aydınlatma diğer aydınlatma sistemlerine göre daha ön planda olmalıdır. (Narin, 2019: 45).

Mekânda ki grafiti kaplı renkli duvarlar, gizli aydınlatma detaylarıyla ön plana çıkarılmıştır. Oturma ünitelerinde, duvarlarda ve barda kullanılan bölgesel aydınlatma detayları, neon yazıları ve renkli oturma ünitelerini bir bütün olarak gösterip vurgulamıştır. (Şekil 20). (Şekil 21). (Şekil 22) (<https://planlux.net/tr/projeler/gp-the-populist-galataport/>).

**Resim 21.** Bölgesel Aydınlatma Örneği



**Kaynak:** <https://planlux.net/tr/projeler/gp-the-populist-galataport/>

**Resim 22.** Bölgesel Aydınlatma Örneği



**Kaynak:** <https://planlux.net/tr/projeler/gp-the-populist-galataport/>

Işık, görme organını uyaran ışınım olarak tanımlanır. Işık cisimlerin etrafında ve içinde yayılır, ve bu kaynağın etrafından dağılarak nesnelere görünür hale getirir. (Narin, 2019: 41).

Işığın temel renkleri mavi, kırmızı ve yeşildir. Bu üç rengin karışımı beyazı meydana getirir. Hiçbir ışık kaynağının olmaması sonucu siyah rengi oluşturur. (<https://tr.wikipedia.org/wiki/I%C5%9F%C4%B1k>).

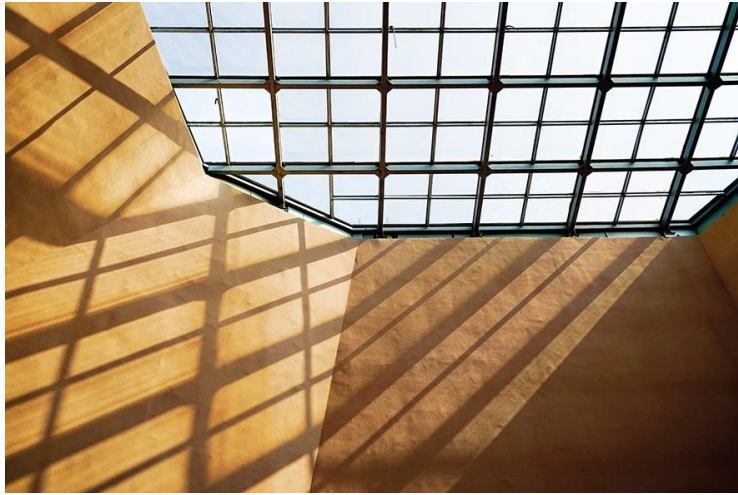
Işık bir mekânı etkileyen en önemli unsurdur. Mekânda gördüğümüz her şey bize ışıkla yansıtılır, algılamayı sağlar ve etkiler. Işık kaynağının çevresine yaydığı ışık yönüne, boyutuna, keskinliğine ve şiddetine göre mekân algısı değişebilmektedir. Görsel algıyı etkileyen ışık bizi psikolojik olarak etkiler, öyle ki bu etki neşeli veya kasvetli şekilde hissetmemize neden olabilir. (Gündüzlü, 2021: 42).

Bir ışık kaynağından yayılan ışık miktarı gölgelemeyi, keskinliği ve zıtlığı etkilemektedir. Işık kaynağının küçük olması, yaydığı ışığın küçük olmasına ve mekânı karanlık göstermesine sebebiyet verirken, daha büyük bir ışık kaynağı ise daha düşük kontrast alana hakimiyet ve daha yumuşak geçişler sağlar. (Gündüzlü, 2021: 42).

Işık ve gölge bir mekânın sıradanlığını azaltarak, mekâna dinamizm katar. Gölgeler mekâna doku, derinlik ve şekil katar, mesafelerin algılanmasına katkı sağlar. Hafif ışık ve gölge, hayal gücünü harekete geçirir. Gölgeler nesnelere şekil ve hayat verir, onlara odak ve varlık kazandırır, görüş keskinliğini yumuşatır ve dokunsal hayal gücüne davet eder. (Gündüzlü, 2021: 42).

Doğal ışığın kaynağı güneştir. Buna bağlı olarak gün içinde ve yıl içinde güneşin düşme şekli farklılıklar gösterir. Doğal ışık yarattığı ışık ve gölgelerle mekâna canlılık verir, dokulara netlik kazandırır ve keyifli, coşkulu bir ortam oluşturur. Gün ışığının hatları keskin ve nettir. Bu keskinlik mevsim ve saatlere göre farklılık gösterir. Sabah ışığı daha belirgin ve yumuşak geçişli, öğlen ışığı daha vurgulu ve keskin, akşam ışığı ise belirsiz ve yumuşak etkilerler verir. Doğal ışık doğrudan ve dolaylı olarak gerçekleşmektedir. Doğal ışık alan yerlerde kullanıcıların daha verimli çalıştıkları ve iyi hissettikleri görülmüştür. (Gündüzlü, 2021: 42).

**Resim 23.** Doğal Işık Örneği



**Kaynak:** <https://www.ekoyapidergisi.org/gun-isigi-ile-dogal-aydinlatma>

Gün ışığının yetersiz olduğu yerlerde yapay ışık kaynaklarından faydalanılır. Ampuller, mumlar, sokak lambaları yapay aydınlatmaya örnektir. Kendi içinde gün ışığı, beyaz, sıcak beyaz olarak ayrılır. Gün ışığı beyazı, güneş ışığına yakındır ve yüksek ışık şiddeti gerektirir. Sıcak beyaz ışık, doğal ve samimi, beyaz ışık ise motivasyon vermektedir. (Narin, 2019: 44).

**Resim 24.** Yapay Işık Örneği



**Kaynak:** <https://mimarobot.com/haber/genel-haber/mimarlik-icin-aydinlatmanin-onemi/>

Işık ve mekân ilişkisine bakacak olursak;

- Işık, herhangi bir fiziksel değişiklik gerektirmeden mekânın görünümünü değiştirir.
- Işık, iyi bir yön vericidir.
- Işık, ayrıntı ve algıyı etkiler.
- Işık, mekânları böler, ayırır ve iyi bir vurgulayıcıdır.
- Işık akısının düşüşü ve aydınlatma, mimariyi iyi tanımlama ve tanıma açısından önem taşır.

Işığın doğada ki yansıması aynı fakat insan üzerinde ki etkileri farklıdır. Işık renk, yön ve hareketiyle farklılıklar gösterir. Işığı dört yönüyle açıklayacak olursak;

• Işık algısaldir. Işık, etrafımızdaki nesnelere görmemizi sağlar ve kişinin deneyimine bağlı olarak anlamsal bir takım özellikler kazandırır. Işık bir kavram olarak var oluşun temelidir ve öznedir.

• Işık fizikseldir. Etrafımızı görmemizi, mekânı, renkleri ve cisimleri algılamamızı sağlar. Bize somut bir gerçeklik sunar ve nesnedir.

• Işık gerçekliktir. Işığı açıklamak için bazı varsayımlarda bulunmak ve bazı faktörleri göz ardı etmek gerekir.

• Işık mekânda ki nesnelere sayesinde daha net daha iyi algılanır ve mekânın karakteridir. Heyecanlandırıcı, samimi, gizemli ve cesaret verici olabileceği gibi rahatsız edici, karamsar ve huzursuz hissetmemizi de neden olabilir. Işık, nicelik ve nitelik

açısından kişilerin his ve duygu durumunu belirleyip mekâna bunları yansıtan en mühim faktördür. Işık ve gölgenin doğru kullanımı mimaride ki estetiksel algıyı etkiler (Narin, 2019: 42).

### 3.7. AKUSTİK

Sesin oluşmasını ve bulunduğu yere sesin ahenkli bir şekilde yayılmasını sağlayan, aynı zamanda gürültüyü kontrol eden ve gürültünün kaynağını engelleyen bir bilimdir. Bu tanımı daha basit olarak yankı bilimi olarak da adlandırabiliriz. Akustik, mimarinin ana bileşenlerinin en önemli unsurlarından birisidir. Yankılanma ve yankılanmalardan kaynaklı güçlendirme ve azaltmaya kadar bütün binalar sesten kaynaklı etkileşime girer. Bu bileşenler özellikle konser salonları ve stüdyo gibi alanlarda daha da önemlidir. Desibelin yüksek olması ve yanlış akustik stres, kan basıncı ve endişe gibi etkiler gösterir. Tersine iyi bir akustikle yapılmış bir mekânda bulunmak iyi bir ruh halinde olmamızı sağlar. Dizayn aşamasından, inşaatın tamamlanmasına kadar doğru çözümlenmiş bir akustik, sonrasında oluşabilecek ses sorunlarının önüne geçer. (: <https://www.ekoyapidergisi.org/mimaride-akustik>).

Mimarların ve mühendislerin, mimari akustiği gerekli alanlarda yüksek seviyede olmasını sağlayıp, gerekli alanlarda ses düzeyini kontrol edilebilecek sistemle tasarlaması gerekir. Bunun için mekânın ölçüsü, büyüklüğü, kullanılan malzemelerin ses yutucu ve emici olması, malzemenin sertliği ve yumuşaklığı göz önünde tutulmalıdır. Araştırmalar en iyi akustiği elde etmek için oda şeklinin dikdörtgen olduğunu ortaya koymuştur. (: <https://www.ekoyapidergisi.org/mimaride-akustik>).

Bütün yapı malzemeleri kendilerine iletilen ses dalgalarını yansıtabildikleri için akustik özelliklere sahiptirler. Malzemeye göre yansıyan ses, mekânda ki yankılanma düzeyinde artış veya azalma gösterir. Halı, köpük dolgu, fiberglas yalıtım gibi malzemeler sesi emme ve yutma eğilimindeyken, ahşap, tuğla, mermer, beton gibi malzemeler, sesin yüzeye çarpmasından sonra mekânda yankı oluştururlar. Her malzemenin ses frekansına göre emme ve yutma özellikleri vardır. Bir malzeme ne kadar lifli bir dokuya sahipse o kadar emici özelliğe sahiptir. Düşük frekanslı seslerin dalga boylarından dolayı emilimi zordur. (<https://www.ekoyapidergisi.org/mimaride-akustik>).

Mekânın akustik kalitesini etkileyen faktörler şunlardır;

- Mekânın konumu
- Mekânın ölçüleri

- Yapıların ses yalıtım düzeyi
- İç yüzey kaplamalarının niteliği
- Ses üretimini sağlayan teknik hacimler
- Malzeme seçimi
- Mekân içinde ki yalıtım malzemelerinin ölçü ve dağılımı (Narin, 2019: 49).

Mimaride akustik, mekânlarda ki sesi iyileştirmek manasına gelir. Yapı ne kadar sağlam olursa ses iletimi de o kadar sağlam olacaktır. Zemin, tavan, duvar, havalandırma ve tesisat gibi teknik donanımlar ne kadar sağlam yapıp boşluklar kapatılırsa gürültünün de o kadar önüne geçilecektir. İç yüzeylerde kullanılan panellerin ses emen bir yapıda olması gürültünün en aza inmesine katkı sağlayıp, sağlıklı bir ortam oluşturacaktır (<https://www.ekoyapidergisi.org/mimaride-akustik>).

Kafe ve restoranlarda ki gürültü ve yankının olmasının en büyük nedeni ses emici malzemelerin yeterli kullanılmamasından kaynaklanmaktadır. Müşterilerin kendilerini duyurmak için yüksek sesle konuşmaları ortamda ki gürültüyü arttırıp, konuşmak ve konuşulanları duymaya çalışmak ses iletimini de zorlaştıracaktır. Ses yalıtımı bunun için mekânın işlevselliği ve müşterinin konforu açısından son derece önemlidir (<https://www.teknofoam.com.tr/caffe-ses-yalitimi.html>).

Kafelerde kullanılan başlıca yalıtım malzemeleri şunlardır;

- Akustik panel; ses yalıtımı için en uygun malzemedir. Sesi emer, yutar ve mekâna geri yansıtmaz. Cam panel, ahşap panel, kumaş panel ve metal paneller buna örnektir.

- Yumuşak zemin kaplamaları; kafelerde yürüme esnasında oluşan sesler zemin kaplama malzemeleriyle azaltılabilir. Halı zemin kaplamaları ve vinil kaplamalar buna örnektir.

Yalıtımlı kapı ve pencereler; kapı ve pencereler kafelerde ki sesi dışarıya yaymazlar ve dışarıda ki gürültüyü içeriye girmesini engellerler.

- Yalıtımlı tavan; tavana uygulanan yalıtımlı paneller ortamda ki sesi yansıtmaz ve baskırlar.

- Ses yalıtımlı levhalar; yüksek lifli yapıya sahip bu malzemeler duvara yerleştirilir. Kauçuk ses bandı, taş yünü, pvc bariyer buna örnektir.

- Asma tavan uygulamaları; yankıyı azaltmanın en etkili yollarından birisidir. Tavan arasında ki boşluğa ses yalıtım malzemelerinin kullanılması yankıyı önleyecektir.

- Mobilya yerleşimi; mobilyaların arasında ki büyük boşluklar yüksek sese ve yankıya neden olurlar. Mobilyaların arasında ki boşluklar en aza indirilirse olası yankılanmaların önüne geçilir. Ayrıca yumuşak dokulu kumaş tarzında ürünlerin kullanımı sesin emilip yutulmasını sağlar (www.teknofoam.com.tr/cafe-ses-yalitimi.html).

Mimar, iç ve dış kaynaklı oluşan gürültüleri engelleyerek mekândaki gürültüyü ve gereksiz sesleri çözmek adına önemli bir yüklenicidir. Kafe ve restoranlarda malzeme, donatı ve ekipman gibi tasarıma ve akustiğe uygun malzeme seçimi müşteri konforunu sağlamak adına birinci öncelik olmalıdır. Özel yalıtımlı malzemelerin yanı sıra mekânda oluşan sesleri baskılamak için hafif bir müzik tercihen iyi bir seçim olacaktır (Narin, 2019: 50).

**Resim 25.** Kafe Ses Yalıtım Paneli Örneği



**Kaynak:** <https://www.teknofoam.com.tr/cafe-ses-yalitimi.html>

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

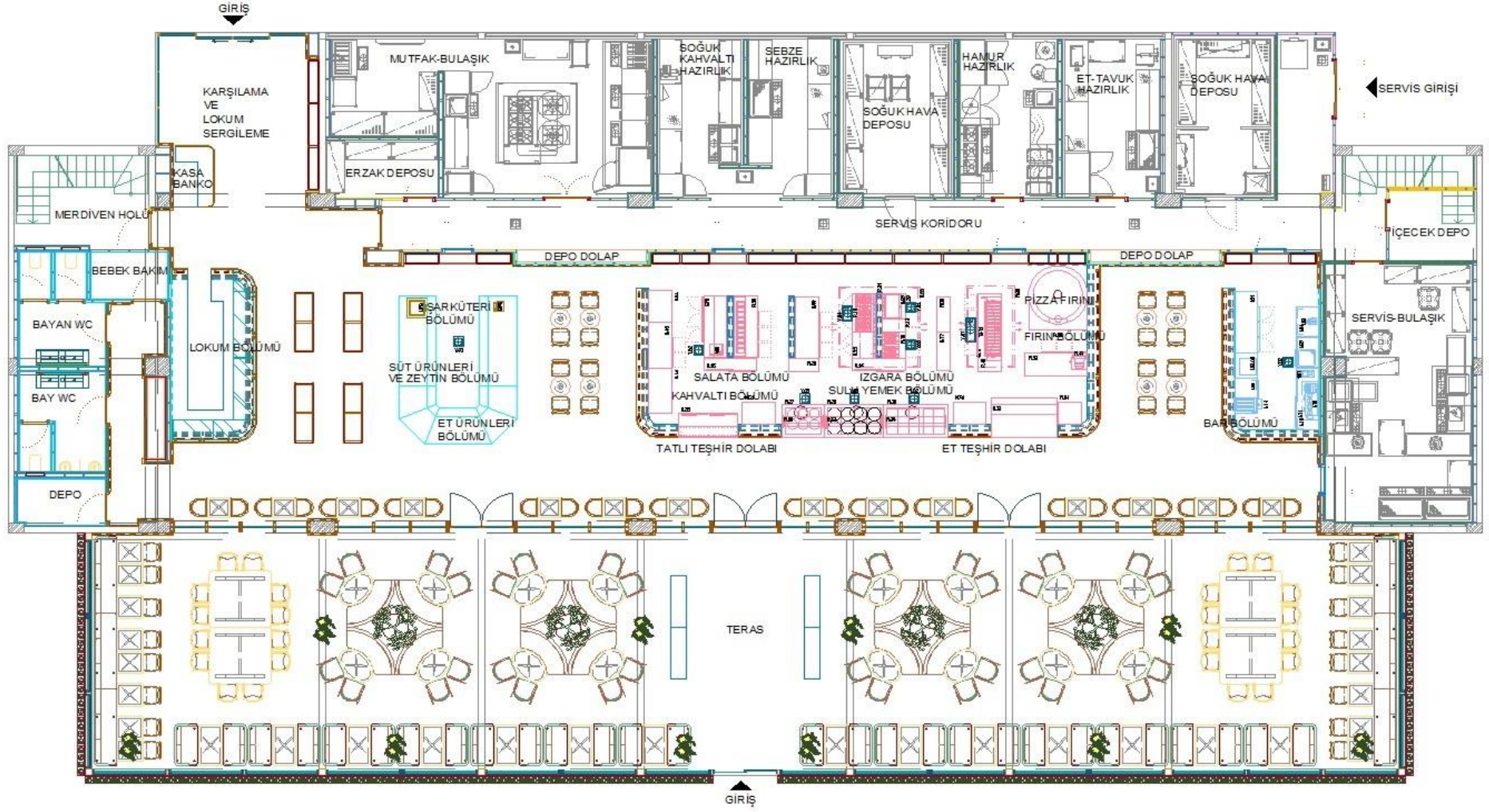
### AFYONKARAHİSAR'DA KAFE MEKÂNLARI İNCELEMESİ

#### 1. AFYONKARAHİSAR KEYANİ RESTORAN İNCELEMESİ

Afyonkarahisar, Dört Yol Mahallesiinde bulunan Keyani restoranın kat yüksekliği 400 cm dir. İç mekân 310 m<sup>2</sup>, 44 kişilik, teras 300 m<sup>2</sup> 176 kişilik ve servis alanları 315 m<sup>2</sup> olmak üzere toplam alanı 925 m<sup>2</sup> olup 220 kişilik bir restorandır.



Resim 26. Afyonkarahisar Keyani Restoran Zemin Kat Yerleşim Planı

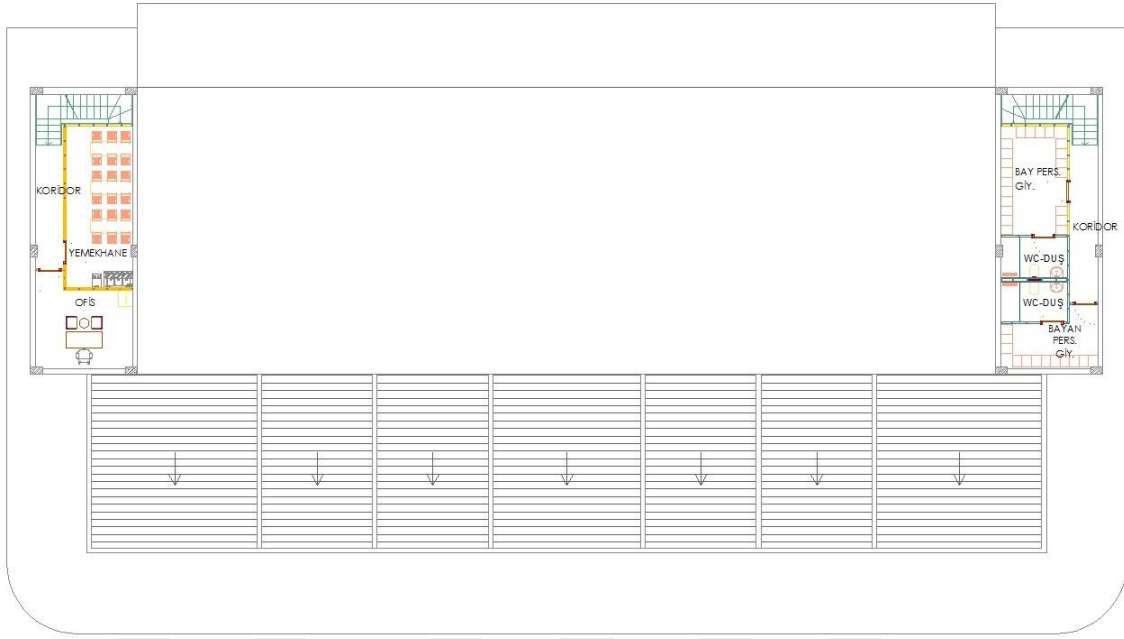


71 m<sup>2</sup> lik alanda sulu yemek bölümü, ızgara bölümü, fırın ve pizza bölümü, salata bölümü, kahvaltı bölümüyle beraber tatlı ve et ürünlerinin teşhir edildiği bölümler bulunmaktadır. 20 m<sup>2</sup> lik alanda süt ve süt ürünleri bölümü, şarküteri bölümü, ve et ürünleri reyonu yerleştirilmiştir. 15 m<sup>2</sup> lik alanda lokum teşhir bölümü ve 16 m<sup>2</sup> lik alanda bar bölümü bulunmaktadır.

Aynı katta 35 m<sup>2</sup> lik soğuk hava depoları, 24 m<sup>2</sup> lik karşılama ve lokum sergileme alanı, erzak deposu, 41,3 m<sup>2</sup> lik mutfak-bulaşık alanı, 11,5 m<sup>2</sup> lik soğuk kahvaltı hazırlık ve sebze hazırlık alanı, 15,3 m<sup>2</sup> lik hamur hazırlık ve et- tavuk hazırlık alanı, 35,2 m<sup>2</sup> lik servis-bulaşık bölümü, 6 m<sup>2</sup> lik içecek deposu, 4 m<sup>2</sup> lik depo, 3,5 m<sup>2</sup> lik bebek bakım odası, 8,3 m<sup>2</sup> lik bayan wc, 8 m<sup>2</sup> lik bay wc, 62 m<sup>2</sup> lik servis koridoruyla genel mekân düzenlenmesi tamamlanmıştır. Giriş kısmının tam karşısında bulunan teşhir alanları müşterilerin yiyeceği ve satın alacağı ürünleri seçmesi bakımından doğru olarak konumlandırılmıştır.

İç mekânda ve terasta yerden ısıtma, havalandırma, klima, akustik sistemleri bulunmaktadır. Terasın zemininde bej renk ve cotto renk seramik uygulanmıştır. Genel mekân döşemesinde cotto renk seramik ve antiasit antislip seramik ürünleri tercih edilmiştir. Teras tavanında raf gofrado boyalı alüminyum profiller kullanılmıştır. İç mekânda alüminyum tavan ve alçıpan tavan sistemi ve mevcut tavan üzeri boya yapılmıştır. İç mekânda gizli aydınlatmalar, led spot, duvar aydınlatmaları, masa üstü aydınlatmaları, avizeler ve etanj aydınlatma ürünleri kullanılmıştır. Led ve spot aydınlatmalar dimlenebilir olarak tasarlanmıştır. İç mekânın genelinde ağırlıklı olarak duvar ve bölüntülerde çitalı amerikan meşe kaplama, lake kaplama, özel dekoratifeskitleme boya, beyaz seramik, eskitleme fûme ayna, alçıpan üzeri boya kullanılmıştır. Teras ve iç mekânda kullanılan masa ve oturma üniteleri farklı olarak seçilmiştir. 41 metre uzunluğundaki teras kısmının cephe bölümünde alüminyum doğramalı açılır kapanır giyotin ve ışıklı tente sistemi bulunmaktadır. Kışın kapalı yazın açık yemek yeme alanı bulunmaktadır.

**Resim 27.** Afyonkarahisar Keyani Restoran -1. Kat Yerleşim Planı



Keyani restoran -1. katında 14 m<sup>2</sup> lik ofis, 19 m<sup>2</sup> lik yemekhane alanı, 12,8 m<sup>2</sup> lik bay personel giyinme alanı, 5,6 m<sup>2</sup> lik bayan personel giyinme alanı, 9 m<sup>2</sup> lik bay ve bayan wc-duş alanı, 13,3 m<sup>2</sup> lik koridor ile birlikte toplamda 81 m<sup>2</sup> lik alandan oluşmaktadır. Mevcut katta yerden ısıtma, havalandırma, klima ve akustik sistemleri bulunmaktadır. Tüm zeminde antiasit antislip seramik kullanılmıştır. Tavan boyamasında mevcut tavan üzeri polisan jotun filli boya ve ıslak hacim tavanında aquapanel asma tavan üzeri polisan jotun filli boya tercih edilmiştir. Islak hacim duvarlarında yemekhane, giyinme duvarlarında 240 cm kotuna kadar ekonomik seramik üzeri ral boya, diğer hacimlerde alçıpan üstü boya kullanılmıştır. Tavan aydınlatmalarında etanj armatür ve ofiste alçıpan üstü spot ray aydınlatma kullanılmıştır.

Girişin terastan sağlandığı geniş yerleşim alanıyla göz dolduran restoran modern ve klasik tarzıyla göz doldurmaktadır. Terasın modern bir üslupla iç mimarisinde klasik ve modern tarzla buluşmasıyla bir uyum yakaladığı görülmektedir. Girişin tam karşısına yerleştirilen teşhir alanları, üretim alanları, pişirme ve satış bölümleriyle mimari alanların tamamlandığı görülmektedir

Afyonkarahisar'da Akrones otel bünyesinde bulunan restoranın turistik, hareketli ve uğrak bir konumda olması, müşteri çekmesi açısından avantajlıdır.

**Resim 28.** Afyonkarahisar Keyani Restoran Teras Görsele



**Kaynak:**

[https://yandex.com.tr/harita/org/keyani\\_steakhouse/141504571692/?ll=30.460524%2C38.790934&z=16](https://yandex.com.tr/harita/org/keyani_steakhouse/141504571692/?ll=30.460524%2C38.790934&z=16)

**Resim 29.** Afyonkarahisar Keyani Restoran İç Mekân Görsele



**Kaynak:**

[https://yandex.com.tr/harita/org/keyani\\_steakhouse/141504571692/?ll=30.460524%2C38.790934&z=16](https://yandex.com.tr/harita/org/keyani_steakhouse/141504571692/?ll=30.460524%2C38.790934&z=16)

**Resim 30.** Afyonkarahisar Keyani Restoran İç Mekân Görsele



**Kaynak:** [https://www.instagram.com/p/C1gbbIdIyn\\_/?img\\_index=2](https://www.instagram.com/p/C1gbbIdIyn_/?img_index=2)

**Resim 31.** Afyonkarahisar Keyani Restoran İç Mekân Görsele



**Kaynak:** <https://img.restaurantguru.com/r50f-design-Keyani-Steakhouse.jpg>

**Resim 32.** Afyonkarahisar Keyani Restoran İç Mekân Görsele



**Kaynak:** <https://www.instagram.com/keyanisteakhouse/>

**Resim 33.** Afyonkarahisar Keyani Restoran Cephe Görsele

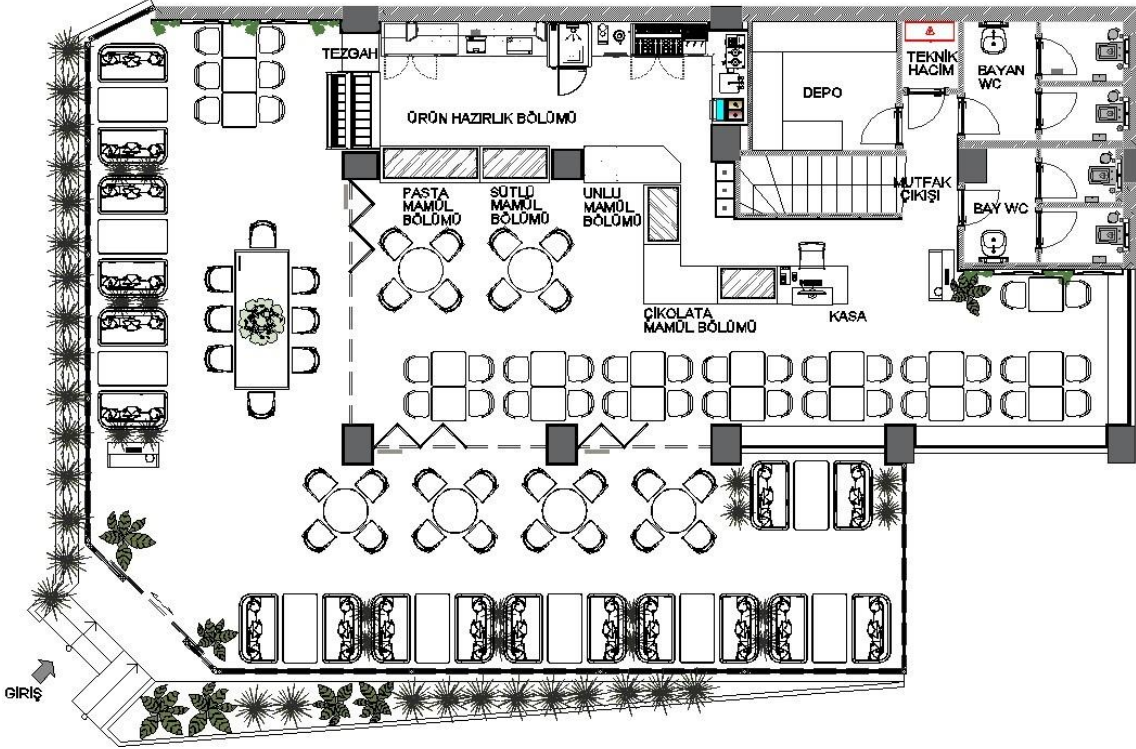


**Kaynak:** <https://www.instagram.com/keyanisteakhouse/>

## 2. AFYONKARAHİSAR YEŞİLYOL ÖZSÜT PREMIUM KAFE İNCELEMESİ

Afyonkarahisar, Dumlupınar Mahallesi Yeşilyol caddesinde bulunan Özsüt kafenin kat yüksekliği galeri boşluğunda 480 cm, normal kat yüksekliği 240 cm'dir. 104 kişilik kafenin toplam alanı 250 m<sup>2</sup> dir.

**Resim 34.** Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium Kafe Giriş Katı Yerleşim Planı

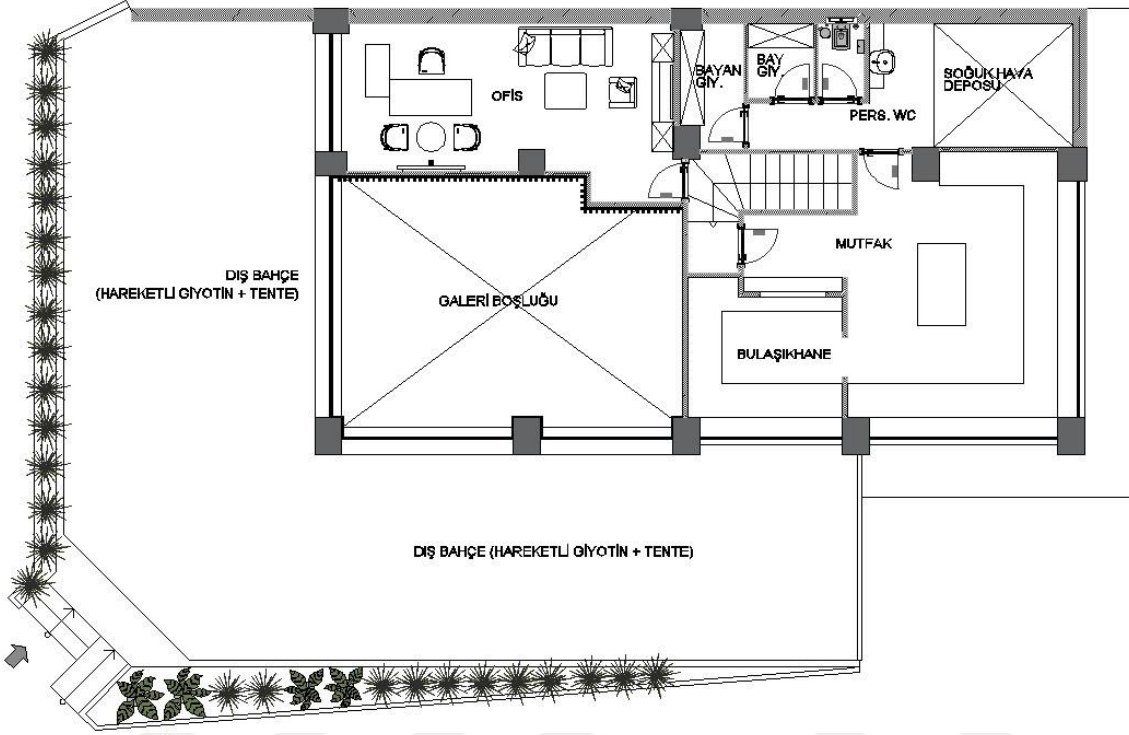


Giriş katında 175 m<sup>2</sup> lik oturma alanı, 37 m<sup>2</sup> lik alanda ürün hazırlama tezgâhları, endüstriyel mutfak üniteleri, pişirme cihazları, soğutma üniteleri, ürün teşhir dolapları ve kasa bölümü bulunmaktadır. Aynı katta 7.6 m<sup>2</sup> lik depo, 7.2 m<sup>2</sup> lik bay wc, 7.5 m<sup>2</sup> lik bayan wc ve teknik alan yer almaktadır. İç mekânda ve dış bahçede yerden ısıtma, havalandırma, klima, akustik sistemleri bulunmaktadır. Dış bahçede açılıp kapanabilir cam ve tente vardır. Bahçe aydınlatması mevcut tentenin aydınlatmasıdır. İç mekân aydınlatmaları, eskitme bronz ray spot aydınlatma ünitesi, sarkıt aydınlatma, kolonlarda aplik aydınlatma üniteleri, galeri boşluğunda davul tipi aydınlatma ve duvarlarda gizli aydınlatma sistemleri kullanılmıştır.

Giriş katında, Kütahya seramik albatros 60\*120, Kütahya seramik black calacatta 60\*120 ve Bien seramik sempre junior nero 60\*60 su jeti kesim yapılarak zemin döşemesinde seramik uygulanmıştır. Duvarlarda ve kolon kaplamalarında cnc kesimli lake ahşap lambri, diagonal laminant lambri, latalı ahşap lambri, dijital baskı duvar

kâğıdı, prizmatik çiçeklik lambri kaplama, Bien seramik wavy beyaz 30\*60, Bien seramik sempre olivia siyah 30\*60 ve Bien seramik sempre junior nero 60\*60 ürünleri kullanılmıştır.

**Resim 35.** Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium Kafe Üst Kat Yerleşim Planı



Üst kat 22 m<sup>2</sup> lik ofis, 41 m<sup>2</sup> lik mutfak ve bulaşikhane, 10 m<sup>2</sup> lik personel bölümü ve 11 m<sup>2</sup> lik soğuk hava deposuyla birlikte toplamda 85 m<sup>2</sup> lik alandan oluşmaktadır. Zemin kaplaması için Bien seramik wavy beyaz 40\*40, duvar kaplaması için Bien seramik wavy beyaz 30\*60 ebatlarında ürün kullanılmıştır.

Girişi teras kısmından sağlanan kafe, country mimariyle dekore edilmiştir. Geniş ve rahat oturma alanları, ışıklı vitrinler, bronz aplik ve aydınlatma üniteleri, kolonlarda ise lambri kaplama kullanılmıştır. Mekân genelinde ahşap, beyaz, siyah tonlar tercih edilip, masa ve tezgâh gibi yerlerde mermer yüzeyler, bahçe kısmında bahçe mobilyaları, iç alanlarda yuvarlak ve dikdörtgen masalar ve kumaş yüzeyli oturma üniteleri kullanılmıştır. Ürün teşhir stantları müşterinin seçip alabilmesi açısından oturma alanlarına yakın olarak yerleştirilmiştir.

**Resim 36.** Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium Teras ve Vitrin Görsele



**Kaynak:** <https://www.afyonmagazin.com/2022/12/18/yenilenen-tarziyla-ozsut-premium/>

**Resim 37.** Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium Kasa Bölümü Görsele



**Kaynak:** <https://www.afyonmagazin.com/2022/12/18/yenilenen-tarziyla-ozsut-premium/>

**Resim 38.** Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium Teras Görsele



**Kaynak:** <https://www.afyonmagazin.com/2022/12/18/yenilenen-tarziyla-ozsut-premium/>

**Resim 39.** Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium Vitrin Görsele



**Kaynak:** <https://www.afyonmagazin.com/2022/12/18/yenilenen-tarziyla-ozsut-premium/>

**Resim 40.** Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium İç Mekân Görsele



**Kaynak:** <https://www.afyonmagazin.com/2022/12/18/yenilenen-tarziyla-ozsut-premium/>

**Resim 41.** Afyonkarahisar Yeşilyol Özsüt Premium İç Mekân Görsele



**Kaynak:** <https://www.afyonmagazin.com/2022/12/18/yenilenen-tarziyla-ozsut-premium/>

### 3. AFYONKARAHİSAR LEMAN KÜLTÜR KAFE İNCELEMESİ

Afyonkarahisar, Selçuklu Mahallesi, Ali Çetinkaya Bulvarında bulunan Leman Kültür kafenin iç mekân kat yüksekliği 524 cm olup, oturma alanı 264 m<sup>2</sup> dir ve 122 kişiliktir. Bahçe kısmının kat yüksekliği 280 cm olup, 190 m<sup>2</sup> dir ve 114 kişiliktir. Mekânın genel olarak toplam alanı 680 m<sup>2</sup> dir ve 236 kişiliktir. Dış cephenin ana giriş kısmının boyu 28,6 metredir. Yan bahçenin boyu 24,1 metredir.

Resim 42. Afyonkarahisar Leman Kültür Kafe Yerleşim Planı



Giriş kısmının tam karşısında 21 m<sup>2</sup> lik bar bölümü bulunmaktadır. Aynı katta arka bölümden bir servis girişi ve onu takip eden bir 36,1 m<sup>2</sup> lik bir hol, 87,5 m<sup>2</sup> lik mutfak, 5 m<sup>2</sup> lik bar deposu, 4,6 m<sup>2</sup> lik kasa bölümü, 9,5 m<sup>2</sup> lik bayan wc, 9,2 m<sup>2</sup> lik bay wc, 4,7 m<sup>2</sup> lik engelli wc, ve 11,4 m<sup>2</sup> lik wc holü bulunmaktadır.

İç kısımda kullanılan oturma üniteleri;

- Kırmızı dilim kanepeler, koyu ve açık gri moon sandalye, masif ahşap masa
- Turuncu ve kırmızı deri bar sandalyesi
- Krem renk ve koyu kahverengi deri dilim sandalye, masif ahşap masa

- Krem rengi deri minderli bağlı sandalye, koyu kahverengi yüksek sırtlı dilimli deri sandalye, eskitme ahşap masa

- Sarı ve zeytin yeşili kayısı sandalye, renkli karikatür baskılı masa

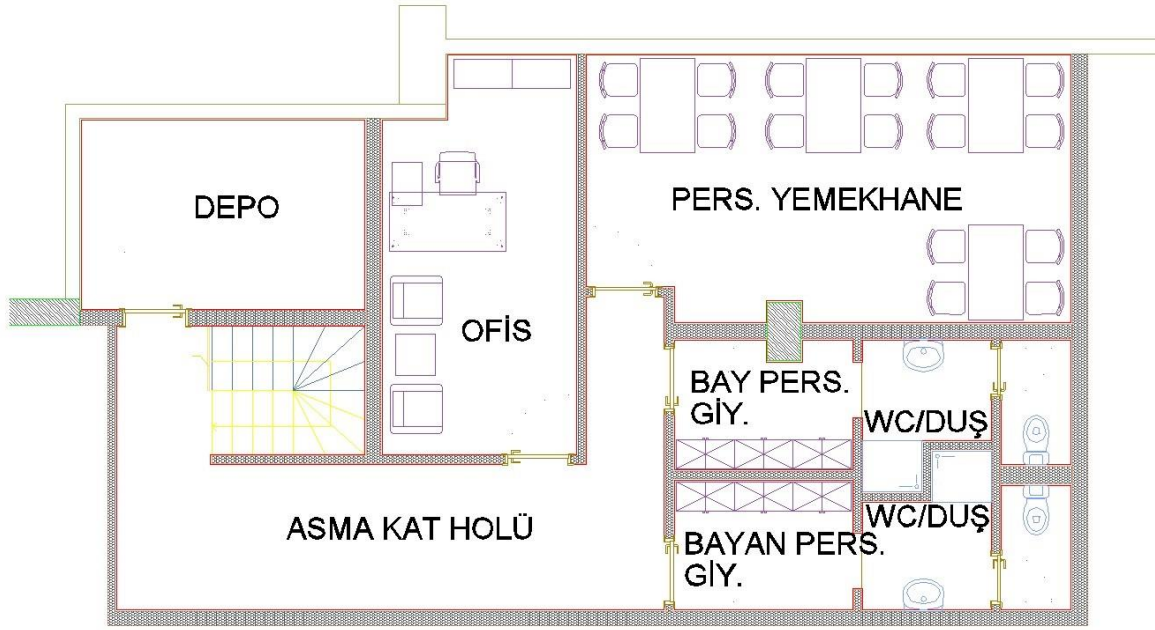
Mekânın iç kısmında duvarlarda country stone rustik tuğla duvar kaplaması, mineral sıva üzeri mat su bazlı koyu gri renk dış cephede boyası, duvarlarda dekoratif ürünler, duvar panoları ve neon ışıklı yazılar, sedir oturma arkasında bizuteli fme ayna kaplama ve yapay iekliklerde siyah sac kaplama kullanılmıştır.

Zemin kaplamasında koyu gri beton görünümlü mat epoksi kaplama, bazı alanlarda beton görünümlü mat epoksi üzeri görsel baskılı kaplama, güneşe, neme, yağmura dayanıklı olan iroko ahşap kaplama, bar kısmının zemininde fabrikasyon silimli, özel kompozisyon desenli karo mozaik kullanılmıştır. Zemin platform basamaklarında gizli aydınlatmalar, sedir oturma grupları arkasında ikili lama aydınlatma, boynu bükük aydınlatma, kolonlarda makara aplik, duvarlarda kısa lama aydınlatma, tavanda raylı spot ve çalı aydınlatma modelleri tercih edilmiştir. Bar kısmında dekoratif masif ahşap panel kaplama, bizuteli fme ayna kaplama, parlak siyah lake raflar, paslanmaz elik bardalıklar, metal tij, tezgâh yüzeyinde siyah granit mermer, tavanında raylı spot ve led spot aydınlatma sistemleri kullanılmıştır. İç mekânda ve dış bahçede yerden ısıtma, havalandırma, klima, akustik sistemleri bulunmaktadır.

Lavabo giriş holünün tavanında siyah alçıpan asma tavan, zemininde fabrikasyon silimli, özel kompozisyon desenli karo mozaik, duvarda mineral sıva üzeri mat su bazlı koyu gri renk boya, elik konstrüksiyon, suni peyzaj ve resimli görseller bulunmaktadır.

Bay ve bayan lavabolarının tavanında siyah alçıpan asma tavan, gizli led, sensörlü aydınlatmalar ve çubuk sarkıt aydınlatma ürünleri tercih edilmiştir. Zemininde peronda newspaper seramik, duvarlarda brüt beton görünümlü sıva, siyah beyaz damalı vitra seramik kaplama, özel tasarım ayna ve yapay peyzaj kullanılmıştır. Lavabolarda, siyah akrilik lavabo ve metal yeşil varil kullanılmıştır. Siyah gömme rezervuarlı asma klozetler tercih edilmiştir. Giriş kapıları görsel baskılı, alüminyum çerçeveli otomatik sistemle açılan butonlu kapılardır.

**Resim 43.** Afyonkarahisar Leman Kültür Kafe Asma Kat YerleŖim Planı



Asma kat toplamda 98 m<sup>2</sup> dir. 10,2 m<sup>2</sup> depo, 13,8 m<sup>2</sup> ofis, 24 m<sup>2</sup> personel yemekhanesi, 20 m<sup>2</sup> asma kat holü, 9,5 m<sup>2</sup> bay personel wc-duŖ, giyinme alanı ve 9,7 m<sup>2</sup> lik bayan personel wc-duŖ, giyinme alanı olarak tasarlanmıŖtır. Asma katın duvarlarında alçı sıva üzeri beyaz su bazlı boya, zeminlerde beyaz seramik, tavanında su bazlı mat boya ve aydınlatmalarda sıva üstü etanj armatr ve sıva üstü armatr kullanılmıŖtır.

1994 yılında kapılarını açan Leman Kültür sosyal marka olma fikriyle yola çıkarak gün yüzüne çıkmayan, gösterim Ŗansı olmayan, yerli yabancı belgeseller, filmler, gösteriler ve sergilerle alternatif bir kültür zemini oluŖturmuŖtur. Zamanla franchising bir mekân haline gelen kafe gerek renkli konsepti ve görselleriyle, gerekse zengin menüsü ve sıra dıŖı tarzıyla mŖteriye cazip gelmiŖtir. Bugün Türkiye’de birçok Ŗubesi bulunan kafe büyüyen bir marka haline gelmiŖtir.

**Resim 44.** Afyonkarahisar Leman Kültür Kafe DıŖ Cephe Görseli



**Resim 45.** Afyonkarahisar Leman Kùltür Kafe Plan Gùrseli



**Resim 46.** Afyonkarahisar Leman Kùltür İç Mekân Gùrseli



**Resim 47.** Afyonkarahisar Leman Kùltür İç Mekân Gùrseli



**Resim 48.** Afyonkarahisar Leman Kültür İ Mekân Görseli



**Resim 49.** Afyonkarahisar Leman Kültür İ Mekân Görseli



**Resim 50.** Afyonkarahisar Leman Kültür İ Mekân Görseli



**Resim 51.** Afyonkarahisar Leman Kültür Teras Görseli



**Resim 52.** Afyonkarahisar Leman Kültür Teras Görseli



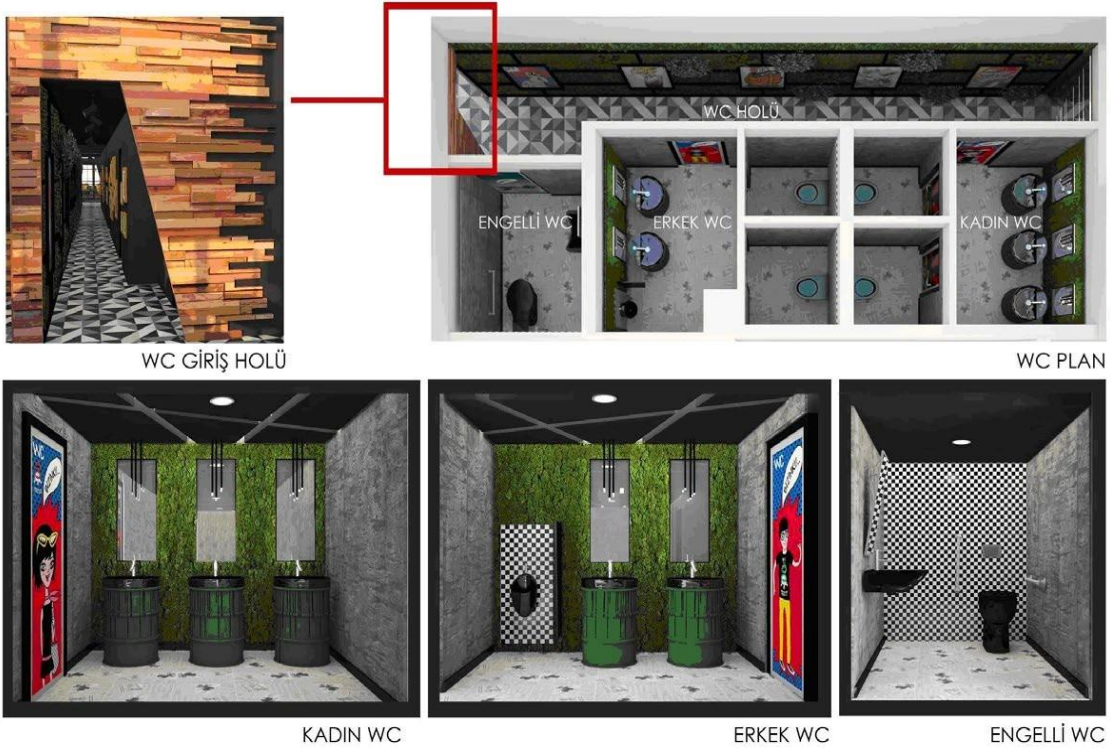
**Resim 53.** Afyonkarahisar Leman Kültür Genel Görseli



**Resim 54.** Afyonkarahisar Leman Kültür Genel Görseli



**Resim 55.** Afyonkarahisar Leman Kültür İ Mekân Görseli



## BEŞİNCİ BÖLÜM

### KULLANICI İHTİYAÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ SONUCUNDA BİR KAFFE İÇ MEKÂN TASARIMI ÖNERİSİ

Tez çalışmasının bu bölümünde ‘‘Kullanıcı İhtiyaçlarının Değerlendirilmesi Sonucunda Bir Kafe İç Mekân Tasarımı Önerisi’’ adlı tez konusu araştırılmıştır. Bunun için Afyonkarahisar’da bulunan üç farklı kafe tipi araştırılmıştır ve Afyon Kocatepe Üniversitesi İç Mimarlık öğrencilerine 53 soruluk anket uygulanarak öğrencilerin psikolojilerine göre hangi kafe tiplerinin daha çok tercih edildiği incelenip, elde edilen bulgular yorumlanarak sonuçlar ortaya konulmuş ve konu hakkında öneriler sunulmuştur.

#### 1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Günlük hayatımızda iş yoğunluğundan arta kalan zamanlarda bir anlık rahatlamak, dinlenmek, sohbet etmek, arkadaşlarımızla hoşça vakit geçirmek için gittiğimiz kafeler renk, doku, tasarım, dekorasyon ve aydınlatma açısından insan psikolojisinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu anlamda öğrencilere anket çalışması bu sorular üzerine yapılarak, iç mimari tasarımında kullanılan öğelerin öğrencilerde nasıl bir etki bıraktığı, bir iç mekânda aradıkları özelliklerin ve tercih kriterilerinin neler olduğu gibi sorulara yanıt aranmıştır.

#### 2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Kafelerde kullanılan iç tasarım öğeleri ne ve nasıl olmalıdır, özellikleri neler olmalıdır, hangi kafe tasarımı daha rahat hissetmelerini sağlar gibi anket sorularının öğrenciler üzerinde ki etkileri incelenip, bir kafe tasarımında olması gereken elementler belirlenerek üç boyutlu bir iç mekân tasarımı yapılmıştır.

#### 3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI

Bu tez çalışmasında öncelikle kahve nedir, kahvenin bulunması, tarihsel oluşumu ve gelişimi, kahve kültürü, Osmanlı zamanında kahvenin önemi ve kahvenin Avrupa’ya yayılması, kafe mekânları ve iç mimarlıkta mekân kavramı araştırılmıştır. Daha sonra Afyonkarahisar’daki kafelerin iç mekân tasarımları incelenmiştir. En son 182 kişilik bir öğrenci grubuna 53 soruluk anket uygulanarak kafelerdeki tasarımların insan üzerine psikolojik etkilerinin neler olduğu araştırılmıştır.

## 4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın bu bölümünde veri analiz yöntemine yer verilmiştir.

### 4.1. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Bu tezde öncelikle kaynak taraması yapılmış ve çeşitli tezlerden, makalelerden, internet ortamından yerli kaynaklardan yararlanılmış ve bilimsel kaynaklara dayanılarak derlenip yazılmıştır. Tez hazırlığı için teknik veriler toparlanmış, anket gerçekleştirilmiş ve bu anket sonuçlarının analizini kapsayan bir çalışma yapılmıştır. Araştırmaya yönelik olarak öncelikle kahvenin doğuşundan yayılışına varan öyküsü ele alınmıştır. Sonra kafe nedir, günümüz kafe mekânlarının oluşmasına etkili olan faktörler nelerdir, mekân kavramı ve kafe mekânlarının işlevsel özellikleri neler olmalı gibikriterler araştırılmıştır. Tezin dördüncü bölümünde Afyonkarahisar'daki farklı kafe tipleri araştırılıp, eklenmiştir. Son olarak "Kullanıcı İhtiyaçlarının Değerlendirilmesi Sonucunda Bir Kafe İç Mekân Tasarımı Önerisi" adlı tez konusundan yola çıkılarak farklı kafe tiplerinin öğrencilerin tercihine göre psikolojik etkilerini incelemek amacıyla 53 soruluk bir anket formu Afyon Kocatepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi İç Mimarlık bölümünde okuyan 182 kişiden oluşan bir öğrenci grubuna uygulanmıştır. Anket soruları yaş, cinsiyet, öğrenim durumu gibi demografik bilgileri girilerek kesinlikle katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum şeklinde hazırlanmıştır.

### 4.2. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Çalışmanın evrenini Afyon Kocatepe Üniversitesi İç Mimarlık bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmanın yapıldığı yöntem, rastgele örneklem yöntemiyle anket çalışmasının yapıldığı sırada fakültede bulunan 182 kişilik bir gruba uygulanmıştır.

### 4.3. VERİ ANALİZ YÖNTEMİ

Araştırmada katılımcıların demografik özellikleriyle ilgili veriler SPSS 2018 programı ile analiz edilmiş, yüzdeler oranları verilerek, grafik şeması ve tablolar şeklinde sunulmuştur.

## 5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

"Kullanıcı İhtiyaçlarının Değerlendirilmesi Sonucunda Bir Kafe İç Mekân Tasarımı Önerisi" adlı tez çalışmasının etkilerinin belirlenmesinde 53 maddelik anket soruları 182 kişiye (kesinlikle katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum) şeklinde uygulanmıştır. Ankete katılan 182 kişinin yaş aralıkları

18-24 yaş grubu olup tamamını üniversite öğrencileri temsil etmektedir.

- Anket katılımcılarına göre kafe içindeki aydınlatma elemanlarının şiddeti, parlılık düzeyi ve ışık şiddetinin dengeli olması, açık renk olması, yerinde ve doğru konumlandırılması müşteride olumlu bir izlenim bırakmaktadır.

- Açık ve koyu renk mobilyalar, mermer ve ahşap yüzeylerin tercihi dengede kalmıştır. Doğal ürünlere, ahşaba, doğayı anımsatan ürünlere ve yeşil tonlara hakim olan renklere müşterinin daha yakın hissettiği ortaya çıkmıştır. Sade, şık ve renk karmaşası olmayan renkler ve duvar kâğıtları tercih edilmiştir.

- Modern tarz ürünler sade ve işlevsel olması nedeniyle tercih edilirken eskiye anımsatan ürünler, eşyalar, dekoratif malzemeler ve bunu birbirine bağlayan tavan ve duvar süslemeleri yine tercih edilen kafe tarzları arasına girmiştir.

- Kafelerde oturma alanlarının rahatlığı, dizilişi, hareket ve dolaşım sistemi önemli bir tercih sebebi olmuştur.

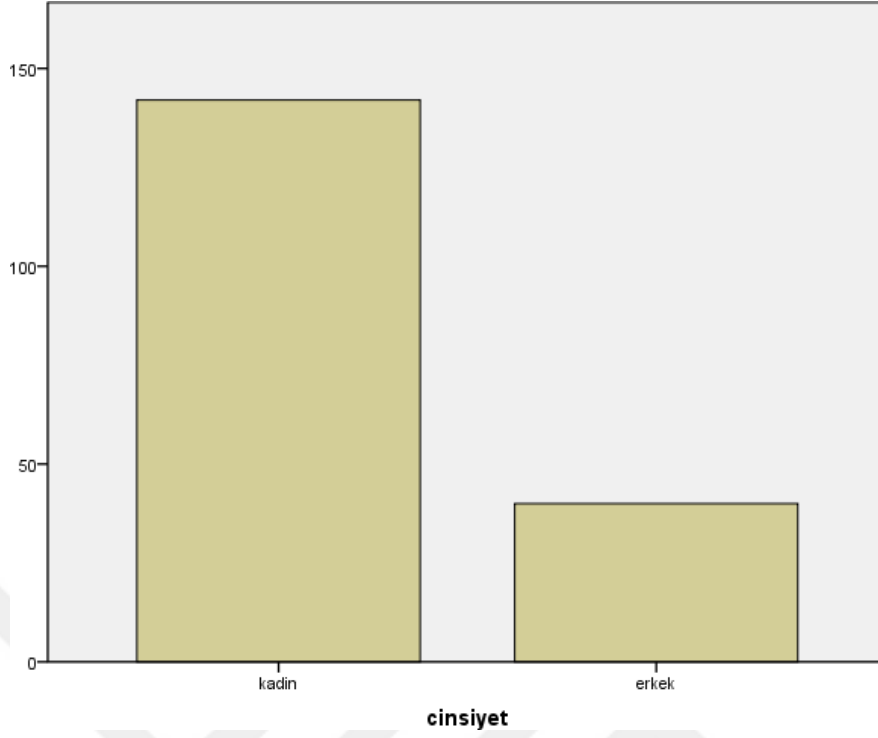
- Kafelerde kat yüksekliği, tavan-zemin ve tavan-duvarın birbiriyle bağlantılı olması, bölücülerle ayrılması, vitrin dizaynı, ana girişlerin geniş ve yüksek olmasının müşteri üzerinde etkili ve tasarımın tamamlanması açısından önemli bir husus olduğu ortaya çıkmıştır.

- Akustik ve ses düzeyinin kontrollü olması müşteri için bir öncelik olmuştur. Mekândaki ses düzeyinin müşteriyi rahatsız etmemesi gerekmektedir. Donatı malzemelerinin yalıtımlı ürünlerden seçilmesiyle birlikte akustiğin kontrollü olması sağlanarak olası yankı ve uğultu sorununun önüne geçecektir.

- Kafelerde zemin, duvar ve tavan malzemelerinin farklı ürünlerden seçilmesi mekânın net algılanmasını sağlayacaktır. Müşterinin mekânı algılaması açısından yüzeylerde farklı malzeme kullanılması doğru bir seçim olacaktır.

Günümüz kafelerinin herhangi bir mimari tarz kullanarak müşteriyi kendine çekmesi diğer kafelere oranla olumlu bir alternatif ve öncelik yarattığını ortaya çıkarmıştır.

**Şekil 1.** Katılımcıların Cinsiyetine İlişkin Grafik Dağılımları

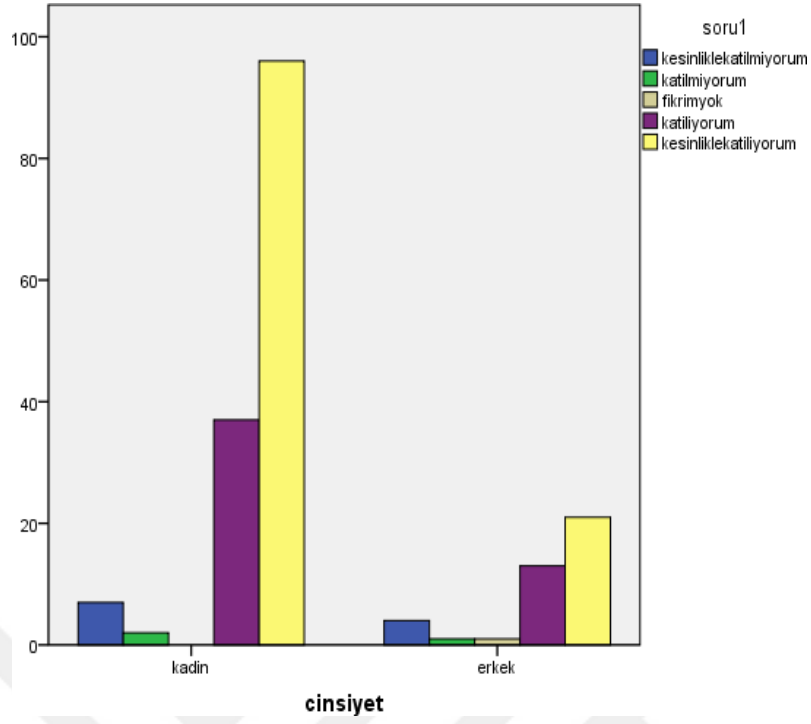


**Tablo 1.** Katılımcıların Cinsiyet Dağılımına İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	142	78,0	78,0	78,0
Erkek	40	22,0	22,0	100,0
Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin cinsiyet dağılımına bakılacak olursa, kadınların % 78’lik oranıyla, erkeklerin %22’lik oranları karşılaştırıldığında, kadınların katılma oranının daha fazla olduğu görülmektedir.

**Şekil 2. 1. Soru Grafik Dağılımları**

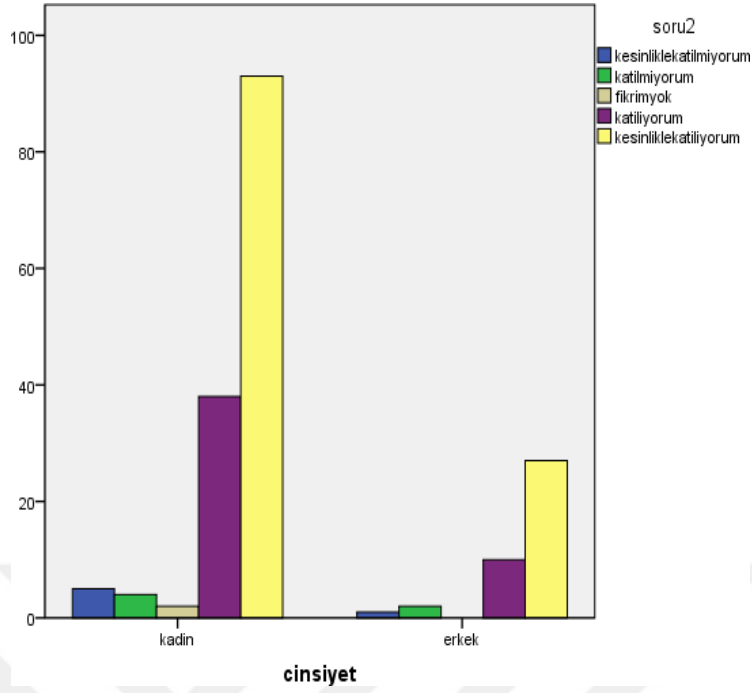


**Tablo 2. 1. Soru Yüzelik Frekans Dağılımları**

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	11	6,0	6,0	6,0
	Katılmıyorum	3	1,6	1,6	7,7
	Fikrim yok	1	,5	,5	8,2
	Katılıyorum	50	27,5	27,5	35,7
	Kesinlikle katılıyorum	117	64,3	64,3	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Kafelerde kullanılan aydınlatma elamanlarının insan psikolojisi üzerine etkisi vardır’’ sorusuna verdiği cevap % 64,3’lük oranla kesinlikle katılıyorum şeklinde olmuştur. Çıkan sonuca göre kafelerde kullanılan ışık ve ışık oranının, ortamda dengeli olması kişilerde huzurlu ve pozitif bir etki yaratmaktadır.

**Şekil 3. 2. Soru Grafik Dağılımları**

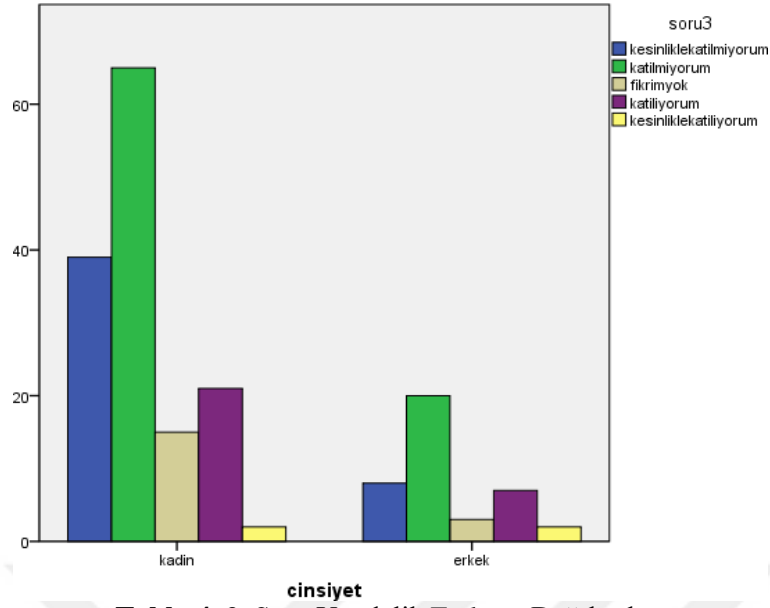


**Tablo 3. 2. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları**

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	6	3,3	3,3	3,3
	Katılmıyorum	6	3,3	3,3	6,6
	Fikrim yok	2	1,1	1,1	7,7
	Katılıyorum	48	26,4	26,4	34,1
	Kesinlikle katılıyorum	120	65,9	65,9	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde yer alan tavan ve duvar aydınlatma elemanları müşteri üzerinde ferahlık etkisi yaratır” sorusuna verdiği cevap %65,9’luk oranla kesinlikle katılıyorum şeklinde olmuştur. Çıkan sonuca göre aydınlatma elemanlarının ferahlık etkisinin dengeli oranı, müşteri üzerinde olumlu bir etki yaratmaktadır.

Şekil 4. 3. Soru Grafik Dağılımları

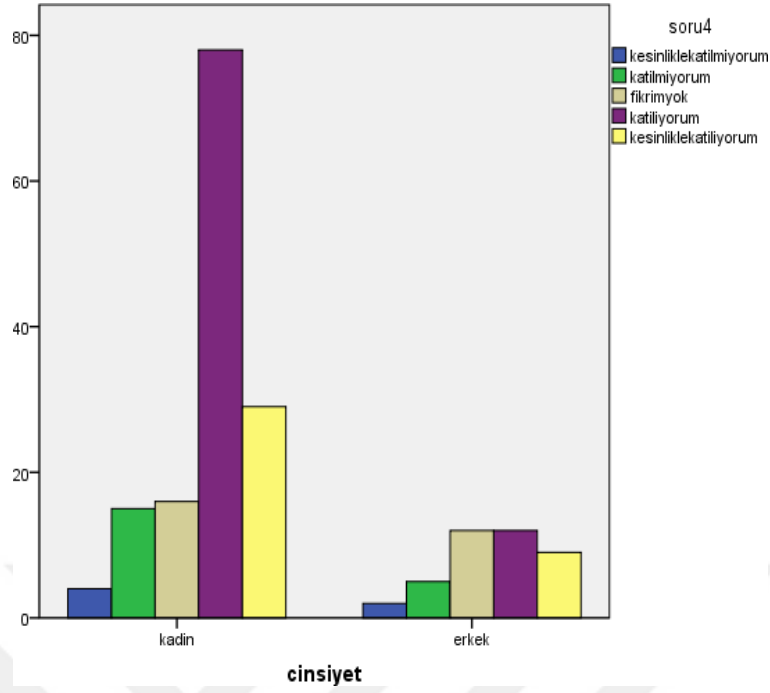


Tablo 4. 3. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	47	25,8	25,8	25,8
	Katılmıyorum	85	46,7	46,7	72,5
	Fikrim yok	18	9,9	9,9	82,4
	Katılıyorum	28	15,4	15,4	97,8
	Kesinlikle katılıyorum	4	2,2	2,2	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde ki gün ışığı, mekân için yeterlidir” sorusuna verdiği cevap %46,7’lik oranla katılmıyorum şeklinde olmuştur. Çıkan sonuca göre gün ışığının mekâna yetmediği, aynı zamanda iç mekân aydınlatmalarının da yoğun olması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Şekil 5. 4. Soru Grafik Dağılımları

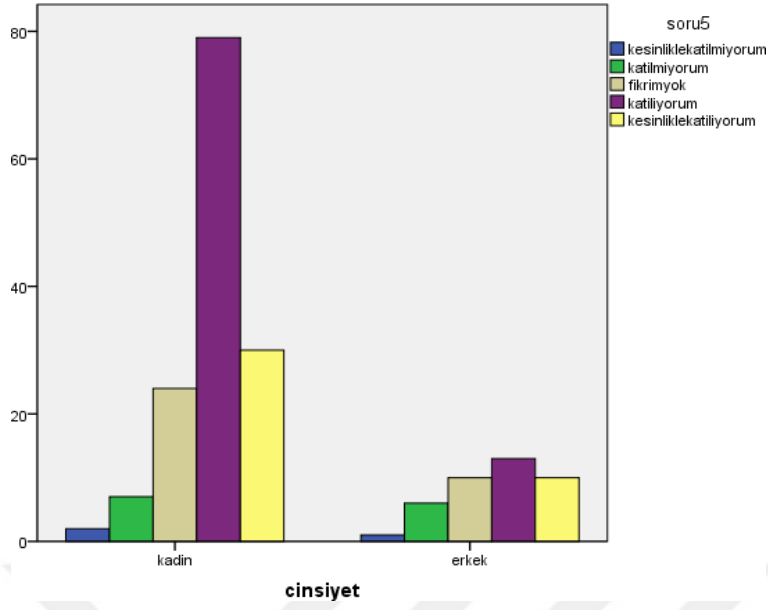


Tablo 5. 4. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	6	3,3	3,3	3,3
	Katılmıyorum	20	11,0	11,0	14,3
	Fikrim yok	28	15,4	15,4	29,7
	Katılıyorum	90	49,5	49,5	79,1
	Kesinlikle katılıyorum	38	20,9	20,9	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde yoğun, doğrudan kullanılan ışık insan üzerinde gerginlik etkisi oluşturur” sorusuna verdiği cevap %49,5’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Çıkan sonuca göre mekânlarda doğrudan kullanılan ışık kişilerde huzursuz ve rahatsız edici bir etki oluşturmaktadır. Bu yüzden mekânlarda müşteriyi direkt gören yerlerde indirekt aydınlatmaları tercih etmek kişide gergin bir his oluşturmaması için doğru bir aydınlatma sistemi olacaktır.

**Şekil 6. 5. Soru Grafik Dağılımları**

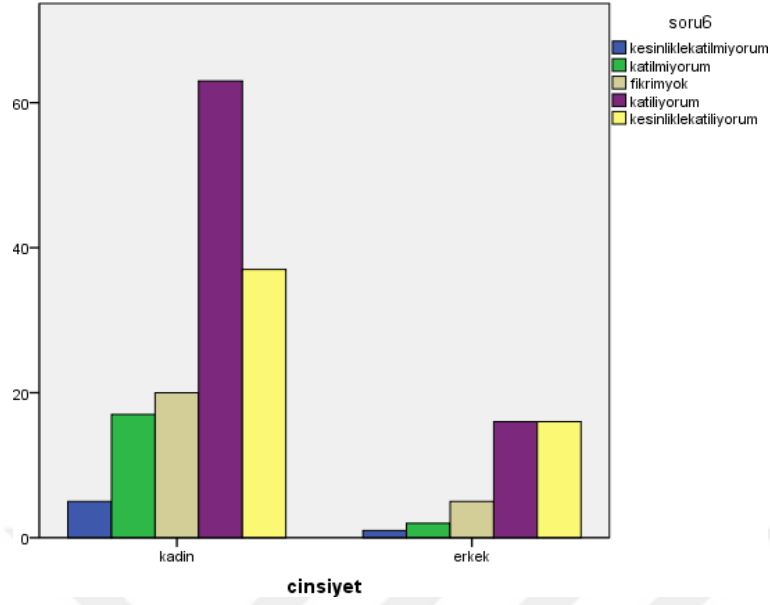


**Tablo 6. 5. Soru Yüzelik Frekans Dağılımları**

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	1,6	1,6
	Katılmıyorum	13	7,1	7,1	8,8
	Fikrim yok	34	18,7	18,7	27,5
	Katılıyorum	92	50,5	50,5	78,0
	Kesinlikle katılıyorum	40	22,0	22,0	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde aydınlatma konumları müşterilerin arasındaki ilişkiyi etkinleştirmektedir” sorusuna verdiği cevap %50,5’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Dördüncü soruyla bağlantılı olarak mekânda kullanılan ışığın şiddeti, aksı, yönü kişinin daha huzurlu hissetmesini sağladığı gibi ortamda ki ilişkileri de olumlu yönde etkilemektedir.

Şekil 7. 6. Soru Grafik Dağılımları

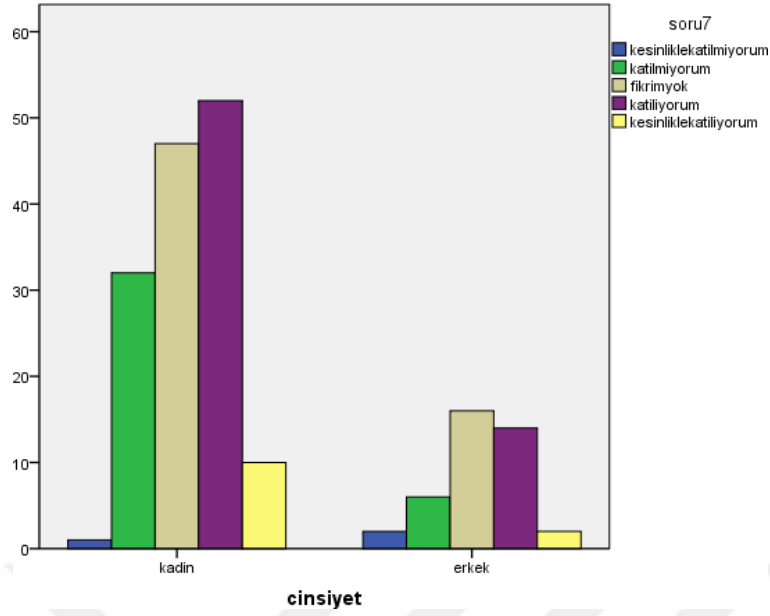


Tablo 7. 6. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	6	3,3	3,3	3,3
	Katılmıyorum	19	10,4	10,4	13,7
	Fikrim yok	25	13,7	13,7	27,5
	Katılıyorum	79	43,4	43,4	70,9
	Kesinlikle katılıyorum	53	29,1	29,1	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde kullanılan aydınlatma elemanlarının, şiddeti, parlaklığı ve ışık düzeyi insan sağlığının üzerinde etkisi vardır ve rahatsız edicidir” sorusuna verdiği cevap %43,4'lük oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Bu oranla, ışık düzeyinin dengeli olması kişide sağlıklı bir etki oluşturmaktadır sonucuna varılmaktadır.

Şekil 8. 7. Soru Grafik Dağılımları

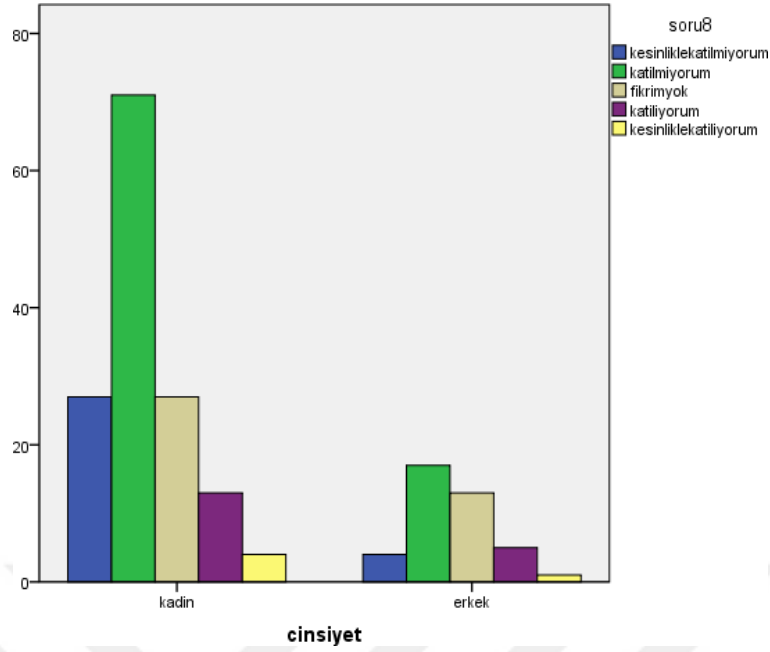


Tablo 8. 7. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	1,6	1,6
	Katılmıyorum	38	20,9	20,9	22,5
	Fikrim yok	63	34,6	34,6	57,1
	Katılıyorum	66	36,3	36,3	93,4
	Kesinlikle katılıyorum	12	6,6	6,6	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Asma katlarda mutlaka spot ışıklar kullanılmalıdır” sorusuna verdiği cevap %36,3'lük oranla katılıyorum, %34,6'luk oranıyla fikrim yok şeklinde olmuştur. Katılıyorum ve fikrim yok oranları birbirine yakın ve ortalama bir sonuçtur. Bu oranlarla kafelerde ki asma katlarda spot aydınlatma dışında başka aydınlatma sistemleri de kullanılabilir sonucuna varılabilir.

**Şekil 9. 8. Soru Grafik Dağılımları**

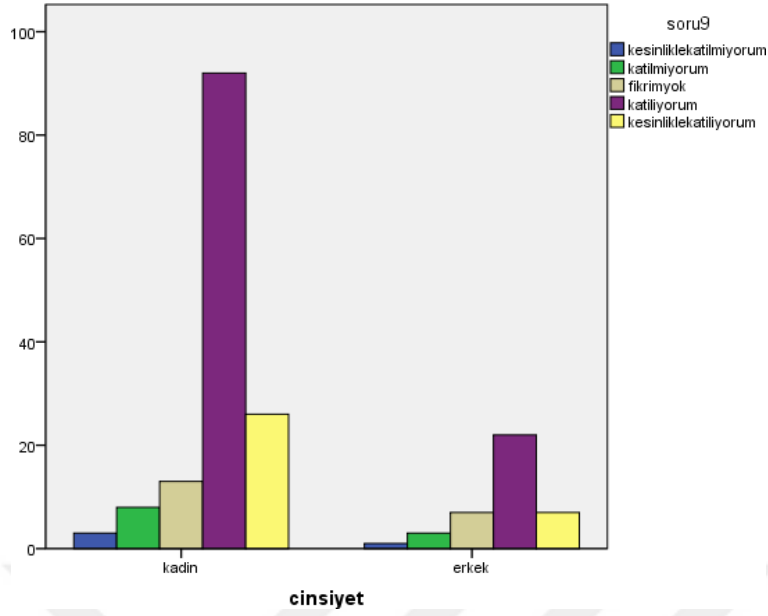


**Tablo 9. 8. Soru Yüzelik Frekans Dağılımları**

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	31	17,0	17,0	17,0
	Katılmıyorum	88	48,4	48,4	65,4
	Fikrim yok	40	22,0	22,0	87,4
	Katılıyorum	18	9,9	9,9	97,3
	Kesinlikle katılıyorum	5	2,7	2,7	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Kafelerde kullanılan koyu renk aydınlatmalar psikolojiyi olumlu olarak etkilemektedir’’ sorusuna verdiği cevap % 48,4’lük oranla katılmıyorum şeklinde olmuştur. Bu oranla kafelerde aydınlatmaların açık renk kullanılmasının kişide sağlıklı ve olumlu etkiler bıraktığı sonucuna varıyoruz.

**Şekil 10. 9. Soru Grafik Dağılımları**

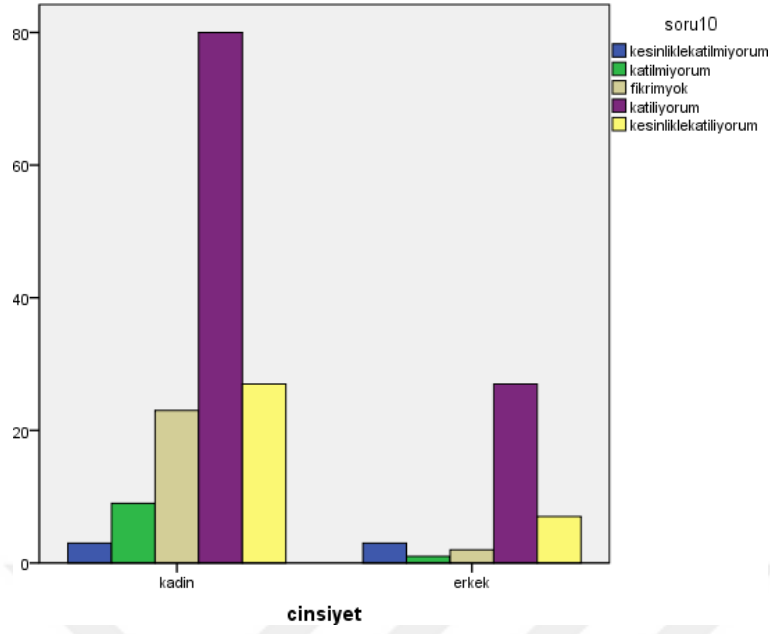


**Tablo 10. 9. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları**

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	4	2,2	2,2	2,2
	Katılmıyorum	11	6,0	6,0	8,2
	Fikrim yok	20	11,0	11,0	19,2
	Katılıyorum	114	62,6	62,6	81,9
	Kesinlikle katılıyorum	33	18,1	18,1	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde kullanılan açık renk aydınlatmalar psikolojiyi olumlu olarak etkilemektedir” sorusuna verdiği cevap %62,6’lık oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Sekizinci soruyla birbirine bağlantılı olan bu soru kişide ki psikolojiyi olumlu yönde etkilemesi açısından kafelerde kullanılan açık renk aydınlatmaların önemli olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Şekil 11. 10. Soru Grafik Dağılımları

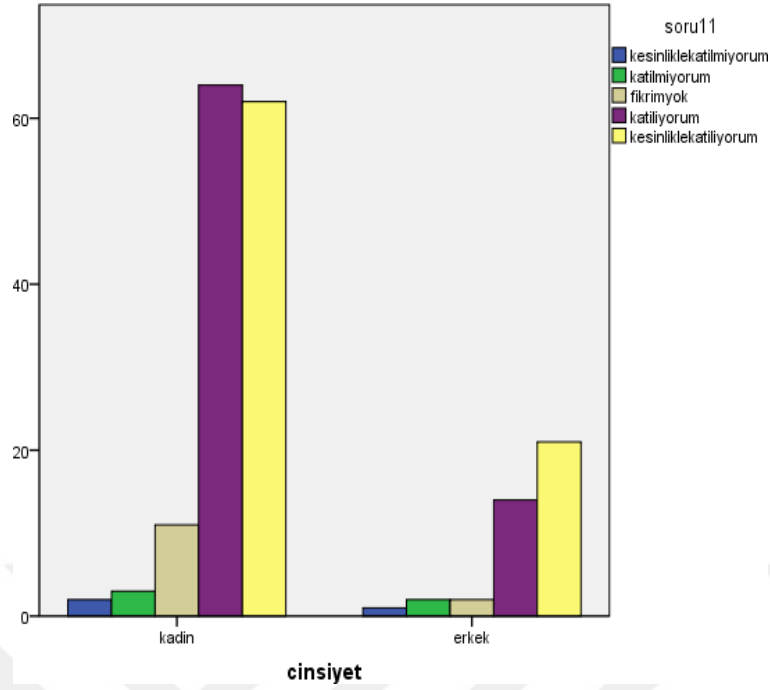


Tablo 11. 10. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	6	3,3	3,3	3,3
	Katılmıyorum	10	5,5	5,5	8,8
	Fikrim yok	25	13,7	13,7	22,5
	Katılıyorum	107	58,8	58,8	81,3
	Kesinlikle katılıyorum	34	18,7	18,7	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Gizli şerit aydınlatmalar dolaylı yoldan ışık yaydıkları için göz yormazlar” sorusuna verdiği cevap %58,8’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Uzun vakit geçirdiğimiz kafelerde gözümüzün yorulmaması açısından aydınlatmaların yönünün ve şiddetinin önemi bu oranla ortaya çıkmıştır.

Şekil 12. 11. Soru Grafik Dağılımları

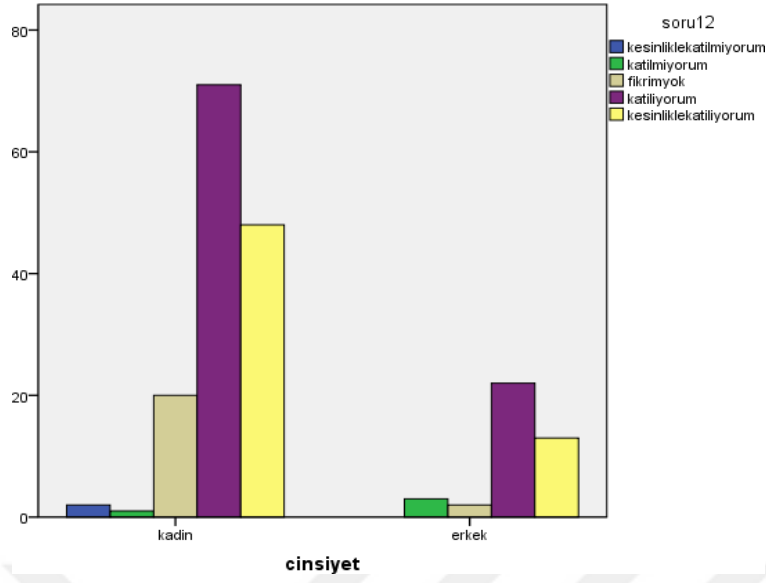


Tablo 12. 11. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	1,6	1,6
	Katılmıyorum	5	2,7	2,7	4,4
	Fikrim yok	13	7,1	7,1	11,5
	Katılıyorum	78	42,9	42,9	54,4
	Kesinlikle katılıyorum	83	45,6	45,6	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Zemin aydınlatmaları karanlık ortamlarda iyi bir yön vericidir’’ sorusuna verdiği cevap %45,6’lık oranla kesinlikle katılıyorum ve %42,9’luk oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Bu oranla birlikte zemin aydınlatmalarının karanlık ortamlarda iyi bir yön verici aydınlatma sistemi olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Şekil 13. 12. Soru Grafik Dağılımları

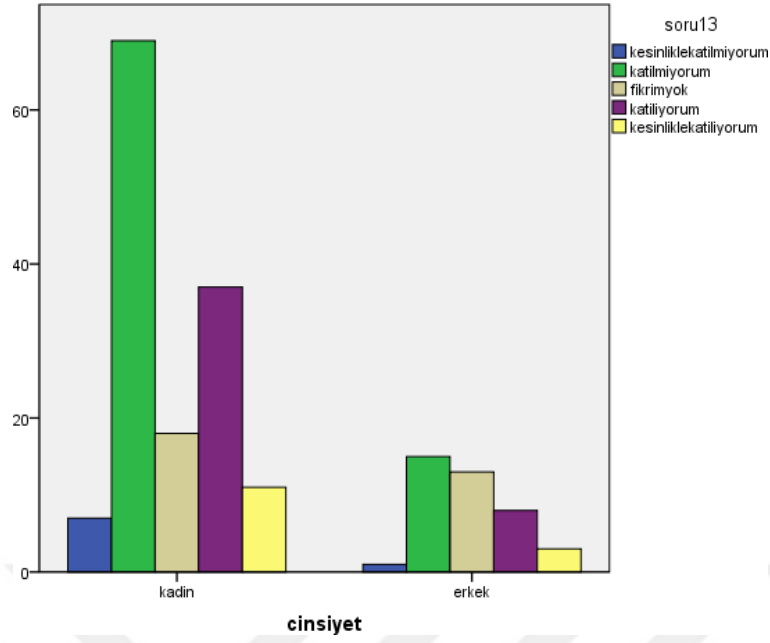


Tablo 13. 12. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1	1,1	1,1
	Katılmıyorum	4	2,2	2,2	3,3
	Fikrim yok	22	12,1	12,1	15,4
	Katılıyorum	93	51,1	51,1	66,5
	Kesinlikle katılıyorum	61	33,5	33,5	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Doğru bir ışıklandırma yapılmış bir mekânda dokulu bir yüzeye sahip bir duvar, ışığın yönüne göre daha derin algılanabilir’’ sorusuna verdiği cevap %51,1’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Bu oran kafelerde kullanılan aplik tipi aydınlatma elemanlarının dokulu duvarlara derinlik katarak üç boyutlu bir etki yarattığı sonucuna ulaştırmıştır.

Şekil 14. 13. Soru Grafik Dağılımları

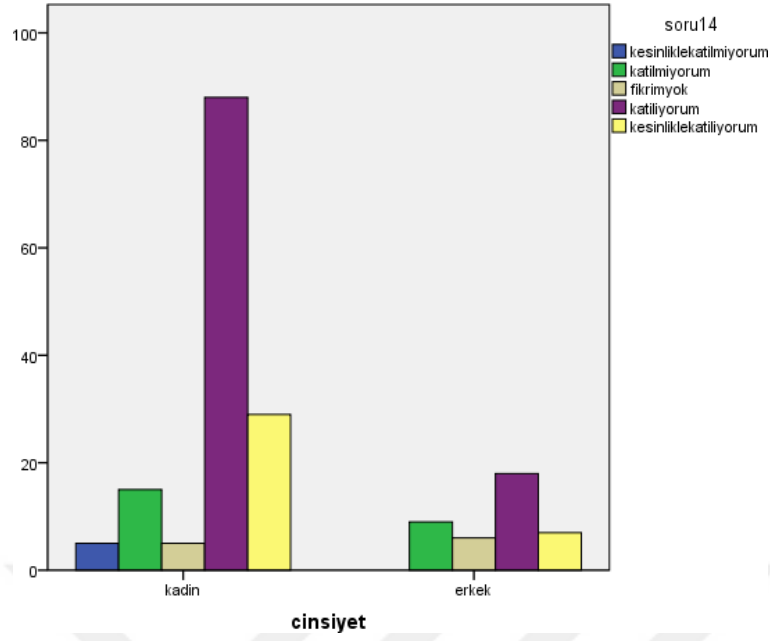


Tablo 14. 13. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	8	4,4	4,4	4,4
	Katılmıyorum	84	46,2	46,2	50,5
	Fikrim yok	31	17,0	17,0	67,6
	Katılıyorum	45	24,7	24,7	92,3
	Kesinlikle katılıyorum	14	7,7	7,7	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Koyu renk mobilyalar gerginlik hissi uyandırır” sorusuna verdiği cevap %46,2’lik oranla katılmıyorum şeklinde olmuştur. Bu oranla koyu renk mobilyaların gerginlik bir hissiyat uyandırmadığı ortaya çıkmıştır.

Şekil 15. 14. Soru Grafik Dağılımları

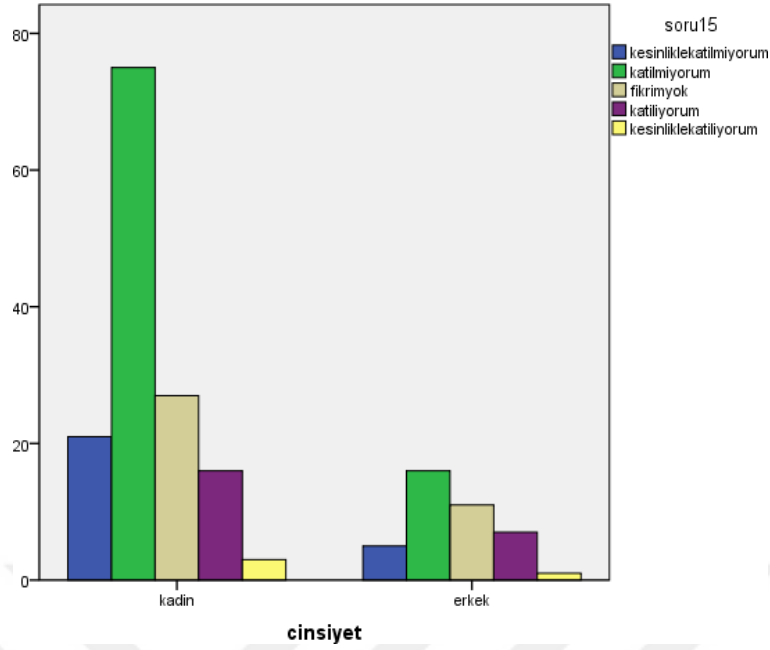


Tablo 15. 14. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	5	2,7	2,7	2,7
	Katılmıyorum	24	13,2	13,2	15,9
	Fikrim yok	11	6,0	6,0	22,0
	Katılıyorum	106	58,2	58,2	80,2
	Kesinlikle katılıyorum	36	19,8	19,8	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Açık renk mobilyalar ferahlık hissi uyandırır” sorusuna verdiği cevap %58,2’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Bu oranla açık renk mobilyaların kişilere ferahlık ve rahatlık hissi verdiği ortaya çıkmıştır.

Şekil 16. 15. Soru Grafik Dağılımları

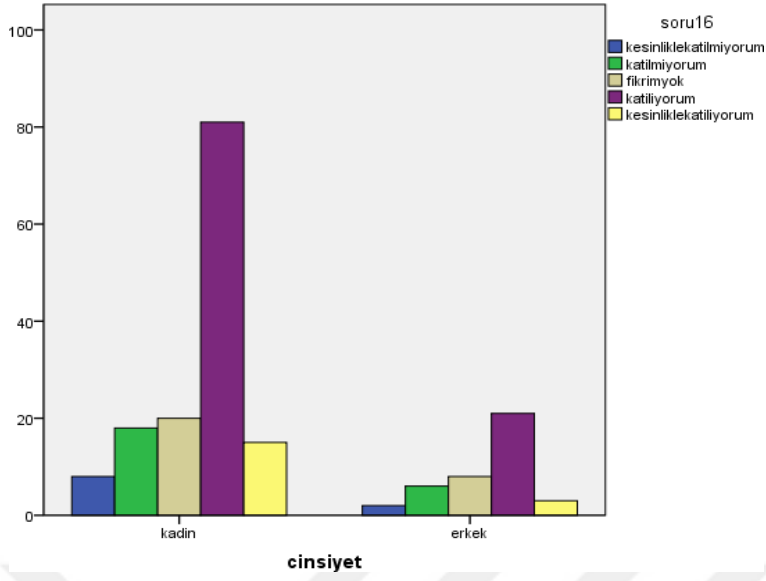


Tablo 16. 15. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	26	14,3	14,3	14,3
	Katılmıyorum	91	50,0	50,0	64,3
	Fikrim yok	38	20,9	20,9	85,2
	Katılıyorum	23	12,6	12,6	97,8
	Kesinlikle katılıyorum	4	2,2	2,2	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Kafelerde kullanılan mermer yüzeyler negatif bir etki yaratır’’ sorusuna verdiği cevap %50,0’lık oranla katılmıyorum şeklinde olmuştur. Bu oran mermer yüzeylerin negatif bir etkinin aksine olumlu bir yönde etki yarattığı sonucuna ulaştırmıştır.

Şekil 17. 16. Soru Grafik Dağılımları

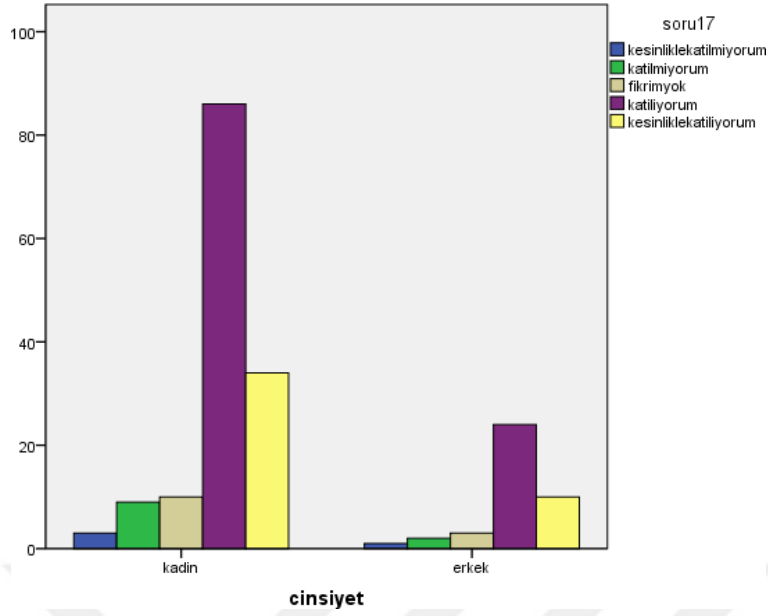


Tablo 17. 16. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	10	5,5	5,5	5,5
	Katılmıyorum	24	13,2	13,2	18,7
	Fikrim yok	28	15,4	15,4	34,1
	Katılıyorum	102	56,0	56,0	90,1
	Kesinlikle katılıyorum	18	9,9	9,9	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde kullanılan ahşap yüzeyler pozitif bir etki yaratır” sorusuna verdiği cevap %56,0’lık oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Bu oran ahşap yüzeyler kişilerde olumlu bir etki bırakır sonucuna ulaştırıyor.

Şekil 18. 17. Soru Grafik Dağılımları

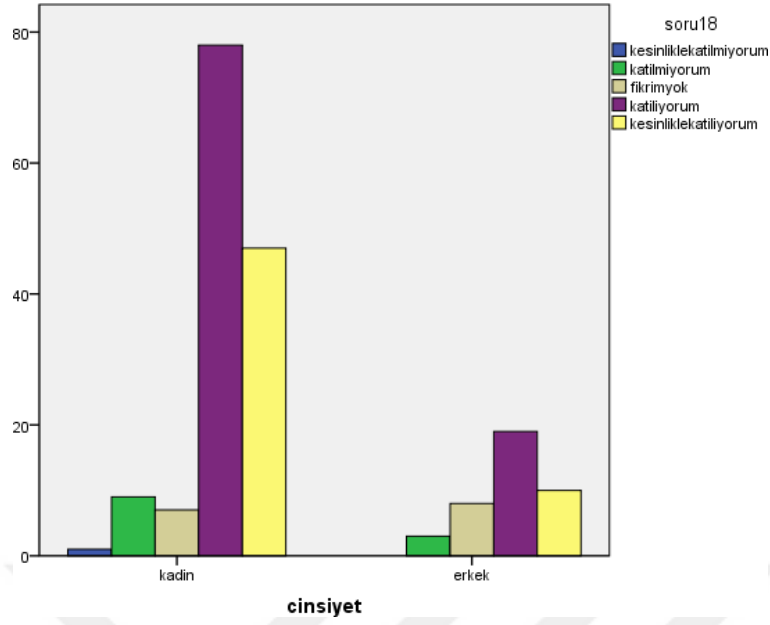


Tablo 18. 17. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	4	2,2	2,2	2,2
	Katılmıyorum	11	6,0	6,0	8,2
	Fikrim yok	13	7,1	7,1	15,4
	Katılıyorum	110	60,4	60,4	75,8
	Kesinlikle katılıyorum	44	24,2	24,2	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Üç boyutlu malzemeler dokunma hissi uyandırır” sorusuna verdiği cevap %60,4’lük oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Bu oran üç boyutlu malzemeler dokunma hissini hareketlendirir sonucunu vermektedir.

Şekil 19. 18. Soru Grafik Dağılımları

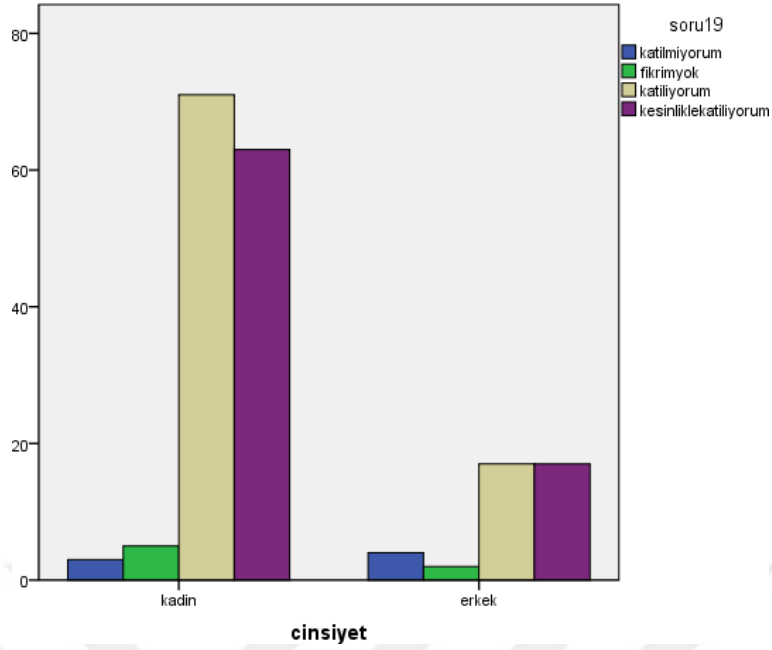


Tablo 19. 18. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	1	,5	,5	,5
	Katılmıyorum	12	6,6	6,6	7,1
	Fikrim yok	15	8,2	8,2	15,4
	Katılıyorum	97	53,3	53,3	68,7
	Kesinlikle katılıyorum	57	31,3	31,3	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Doğal taşlar, sıcaklık ve doğallık verir’’ sorusuna verdiği cevap %53,3’lük oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Doğal taşların olduğu ortamlarda bulunan kişilerin pozitif ve rahatlatıcı bir etkide olduğu gözlenmektedir.

Şekil 20. 19. Soru Grafik Dağılımları

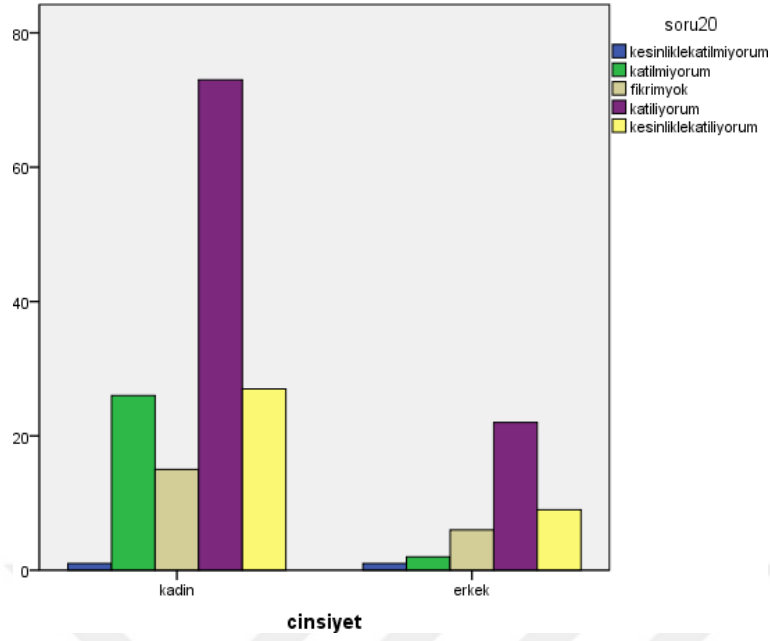


Tablo 20. 19. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Katılmıyorum	7	3,8	3,8	3,8
	Fikrim yok	7	3,8	3,8	7,7
	Katılıyorum	88	48,4	48,4	56,0
	Kesinlikle katılıyorum	80	44,0	44,0	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Kış bahçelerinde kullanılan ahşap ve yeşil tonları doğada olma hissiyatı uyandırır’’ sorusuna verdiği cevap %48,4’lük oranla katılıyorum ve %44,0’lık oranla kesinlikle katılıyorum şeklinde olmuştur. Bu oranla ahşap ve doğayı anımsatan renk tonlarının kişilerde rahatlatıcı ve huzur verici bir etki uyandırdığı ortaya çıkmıştır.

Şekil 21. 20. Soru Grafik Dağılımları

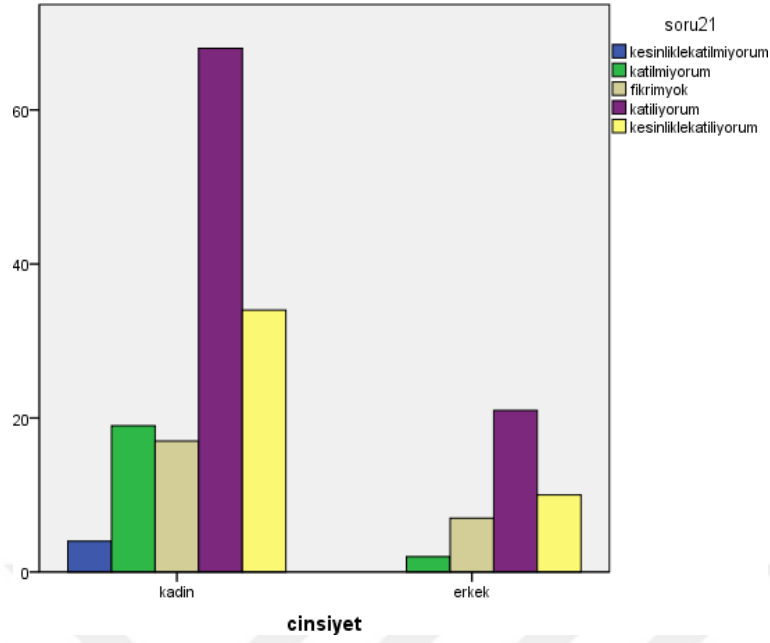


Tablo 21. 20. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1	1,1	1,1
	Katılmıyorum	28	15,4	15,4	16,5
	Fikrim yok	21	11,5	11,5	28,0
	Katılıyorum	95	52,2	52,2	80,2
	Kesinlikle katılıyorum	36	19,8	19,8	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘Metal malzemeler soğuk bir his yaratır’ sorusuna verdiği cevap %52,2’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Bu oran metal yüzeylerden ziyade ahşap ve doğal ürünlerin kişilere daha sıcak ve samimi bir ortamda buldukları hissiyatını vermektedir.

**Şekil 22.** 21. Soru Grafik Dağılımları

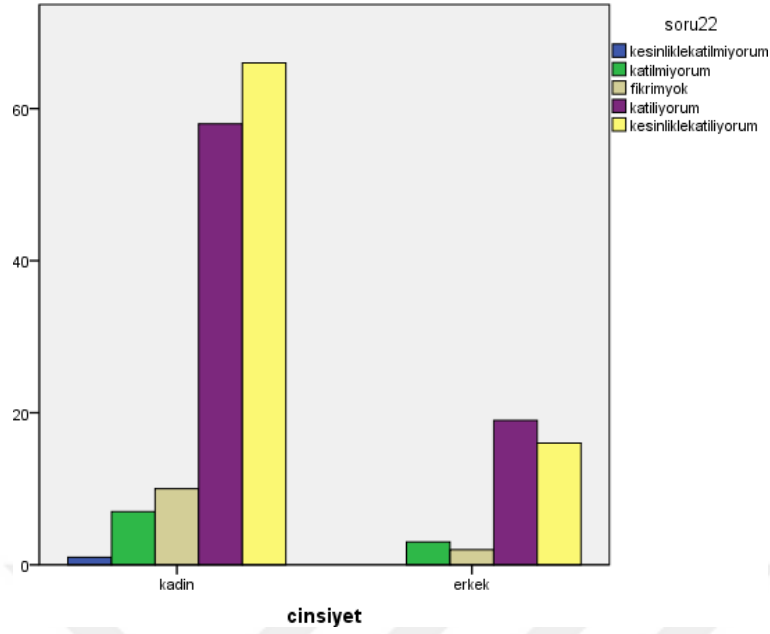


**Tablo 22.** 21. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	4	2,2	2,2	2,2
	Katılmıyorum	21	11,5	11,5	13,7
	Fikrim yok	24	13,2	13,2	26,9
	Katılıyorum	89	48,9	48,9	75,8
	Kesinlikle katılıyorum	44	24,2	24,2	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Tavan ve duvar ahşap süslemeleri mekâna zenginlik katar’’ sorusuna verdiği cevap %48,9’luk oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Hem şıklık anlamında hem de ortama verdiği zenginlik sayesinde duvar ve ahşap süslemeleri sıradanlığı ortadan kaldırarak mekâna farklı bir hava katmaktadır.

Şekil 23. 22. Soru Grafik Dağılımları

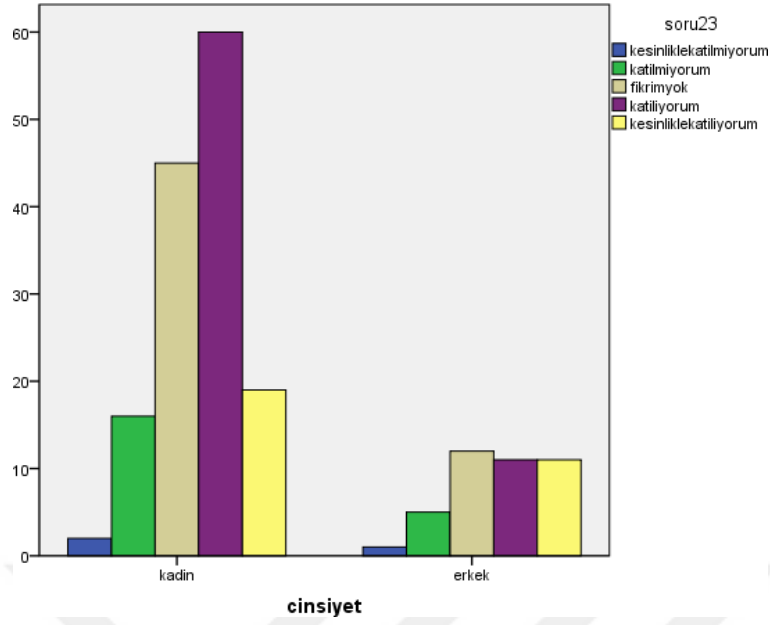


Tablo 23. 22. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	1	,5	,5	,5
	Katılmıyorum	10	5,5	5,5	6,0
	Fikrim yok	12	6,6	6,6	12,6
	Katılıyorum	77	42,3	42,3	54,9
	Kesinlikle katılıyorum	82	45,1	45,1	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Aynı malzemelerin tüm yüzeylerde kullanılması boğucu bir etki yaratır” sorusuna verdiği cevap %45,1’lik oranla kesinlikle katılıyorum ve %42,3’lük oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Her malzemenin kendine has bir özelliği vardır. Her yüzeye aynı ürünün kullanımını mekânda tez düzelik ve sıradan bir ortam yaratır. Mekânın zenginliği, her yüzeye farklı malzeme kullanımından geçer.

Şekil 24. 23. Soru Grafik Dağılımları

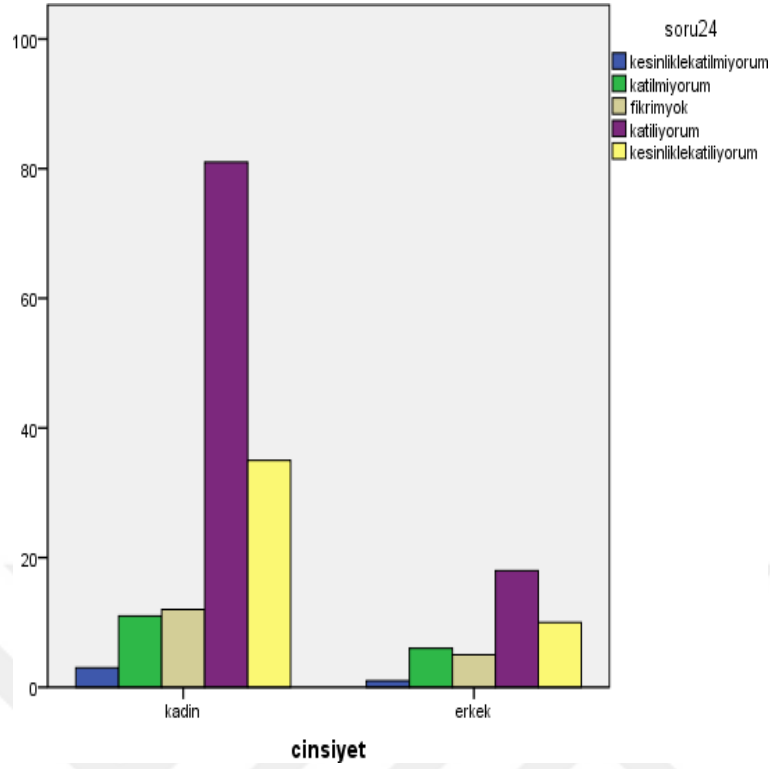


Tablo 24. 23. Soru Yüzelik Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	1,6	1,6
	Katılmıyorum	21	11,5	11,5	13,2
	Fikrim yok	57	31,3	31,3	44,5
	Katılıyorum	71	39,0	39,0	83,5
	Kesinlikle katılıyorum	30	16,5	16,5	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Franchise tarz kafelerin alışılmadık tarzda ki duvar kâğıtları iyi bir reklam aracıdır” sorusuna verdiği cevap %39,0’lık oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Günümüzde franchise kafelerin dekorasyon stiline ve mobilya rengine göre oluşturulmuş baskılı, üç boyutlu veya düz olan kendine has duvar kâğıtları vardır. Özellikle sadece kahve servisi yapan firmaların duvar kâğıtları, dünyanın neresinde olursa olsun hemen hangi firmaya ait olduğu bilinmektedir. Aynı zamanda bu firmaların değişik ve sıra dışı duvar kâğıtları bu tanınmışlığa büyük bir katkıda sağlamaktadır.

Şekil 25. 24. Soru Grafik Dağılımları

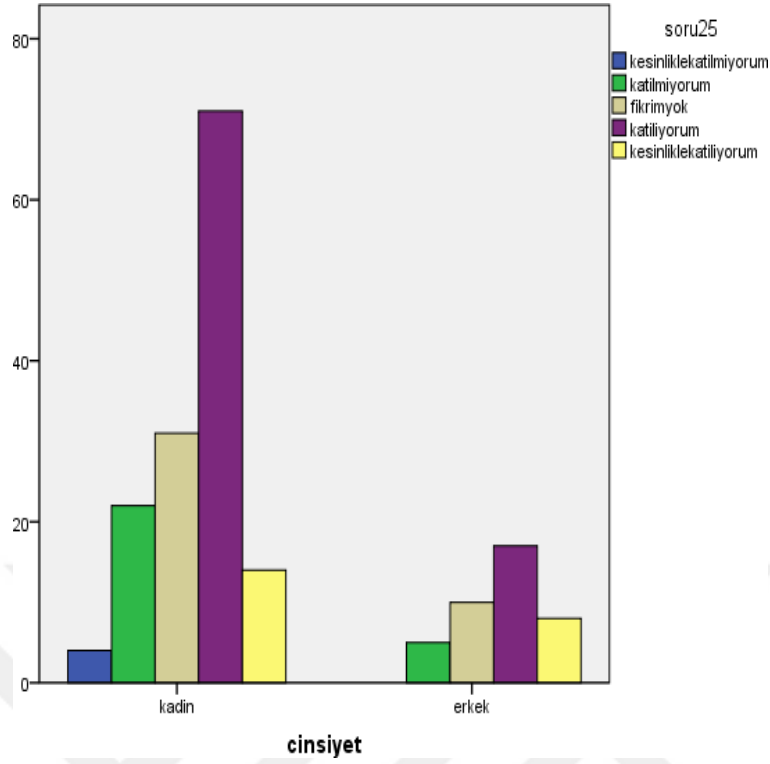


Tablo 25. 24. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	4	2,2	2,2	2,2
	Katılmıyorum	17	9,3	9,3	11,5
	Fikrim yok	17	9,3	9,3	20,9
	Katılıyorum	99	54,4	54,4	75,3
	Kesinlikle katılıyorum	45	24,7	24,7	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Sade, şık, düz ve renk karmaşası olmayan duvar kâğıtları huzur ve sakinlik verir” sorusuna verdiği cevap % 54,4’lük oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Mekânın enerjisini ve genel atmosferini belirleyen ana unsurlardan birisi duvar kâğıtlarıdır. Gözü yormayan düz renkli ve soft duvar kâğıtları atmosferi yumuşatarak rahatlatıcı bir etki yaratırlar. Karmaşık olmayan düz duvar kâğıtları huzur ve sakinlik verdiği gibi mekânın temel taşlarından birisini de oluşturmaktadır.

Şekil 26. 25. Soru Grafik Dağılımları

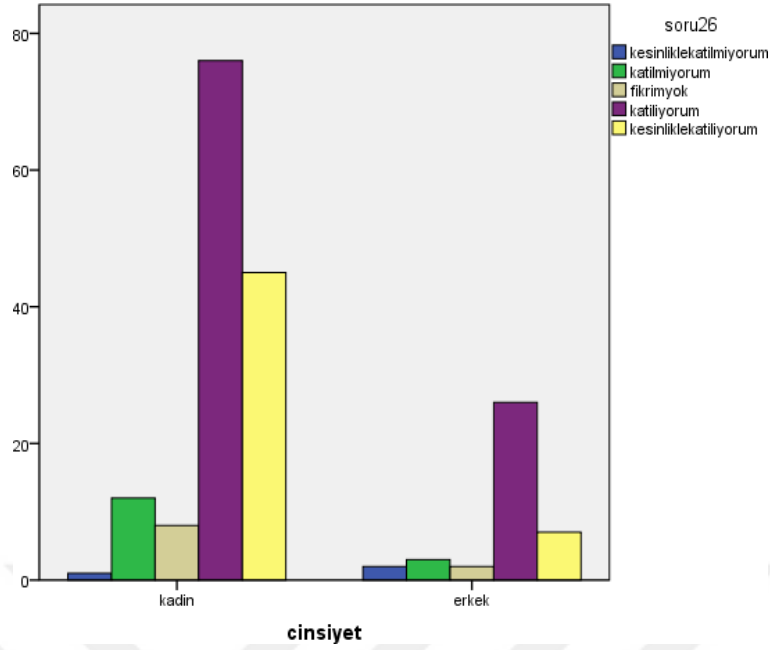


Tablo 26. 25. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	4	2,2	2,2	2,2
	Katılmıyorum	27	14,8	14,8	17,0
	Fikrim yok	41	22,5	22,5	39,6
	Katılıyorum	88	48,4	48,4	87,9
	Kesinlikle katılıyorum	22	12,1	12,1	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Geniş ölçekli desenli duvar kâğıtları mekâna derinlik katar’’ sorusuna verdiği cevap % 48,4’lük oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Geniş ölçekli desenli duvar kâğıtları yepyeni bir ortam oluşturduğu gibi mekâna derinlikte katmaktadır. Küçük bir oda veya koridorun doğru seçilmiş bir duvar kâğıdı ile daha geniş görünmesi sağlanabilir. Duvar kâğıdının renginin soft tonlardan oluşması, yatay ve dikey çizgilerin kullanımı da buna katkı sağlayacaktır.

Şekil 27. 26. Soru Grafik Dağılımları

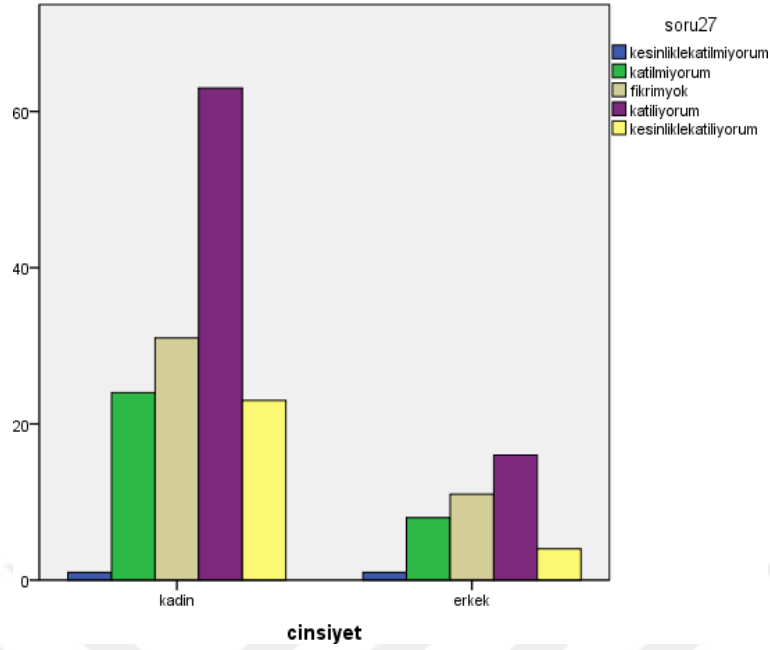


Tablo 27. 26. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	1,6	1,6
	Katılmıyorum	15	8,2	8,2	9,9
	Fikrim yok	10	5,5	5,5	15,4
	Katılıyorum	102	56,0	56,0	71,4
	Kesinlikle katılıyorum	52	28,6	28,6	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Açık renkler mekânda huzur ve sakinleştirici bir etki yaratır’’ sorusuna verdiği cevap %56,0’lık oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Renkler duyuları sakinleştirme ve huzur verme özelliğine sahiptir. Renklerin psikolojik etkileri birçok bilimsel araştırmayla kanıtlanmıştır. Beyaz, mavi, lavanta, yeşil, pembe ve grinin soft tonlarının rahatlatma özellikleri vardır. Çıkan oran mekânda kullanılan renk tonlarının doğru kullanılmasının kişide olumlu bir etki bırakır sonucuna götürmektedir.

Şekil 28. 27. Soru Grafik Dağılımları

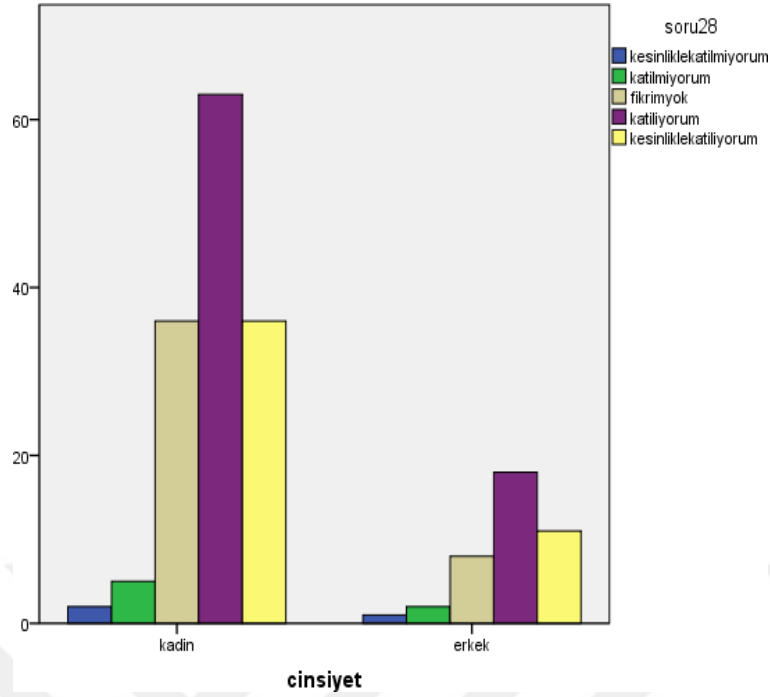


Tablo 28. 27. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1	1,1	1,1
	Katılmıyorum	32	17,6	17,6	18,7
	Fikrim yok	42	23,1	23,1	41,8
	Katılıyorum	79	43,4	43,4	85,2
	Kesinlikle katılıyorum	27	14,8	14,8	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Yüzeylerin farklı renk olması malzemeye ve mekâna netlik katar’’ sorusuna verdiği cevap %43,3’lük oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Renk ve malzeme seçimi mekânın kendini göstermesi açısından önem taşımaktadır. Zemin, tavan ve duvar malzemelerin seçiminin doğru ve yerinde olması mekânda zengin ve farklı bir atmosfer yaratılmasına katkı sağlamaktadır.

Şekil 29. 28. Soru Grafik Dağılımları

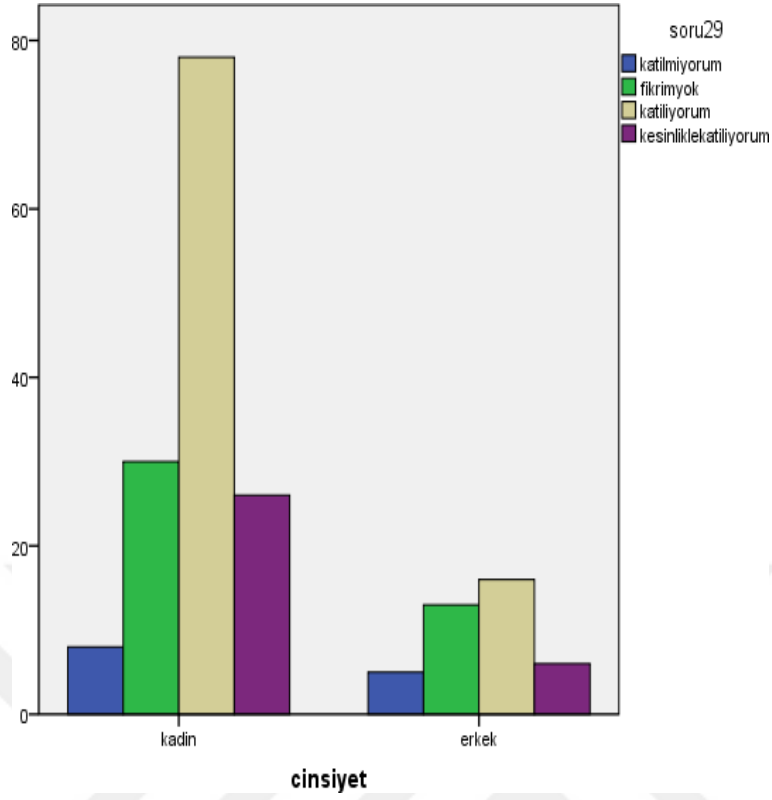


Tablo 29. 28. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	1,6	1,6
	Katılmıyorum	7	3,8	3,8	5,5
	Fikrim yok	44	24,2	24,2	29,7
	Katılıyorum	81	44,5	44,5	74,2
	Kesinlikle katılıyorum	47	25,8	25,8	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Yatay renkler genişlik, düşey renkler yükseklik hissi verir’’ sorusuna verdiği cevap %44,5’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Renkler, verdiği hissiyatlar doğrultusunda bizi iyi ve huzursuz hissetmemizi sağlarlar. Renk tonlarının yanı sıra geometrik şekillerde benzer hissiyatta bulunmamıza neden olurlar. Çıkan oran yatay renklerin genişlik, düşey renklerin yükseklik hissiyatı verdiği sonucuna ulaştırmıştır.

Şekil 30. 29. Soru Grafik Dağılımları

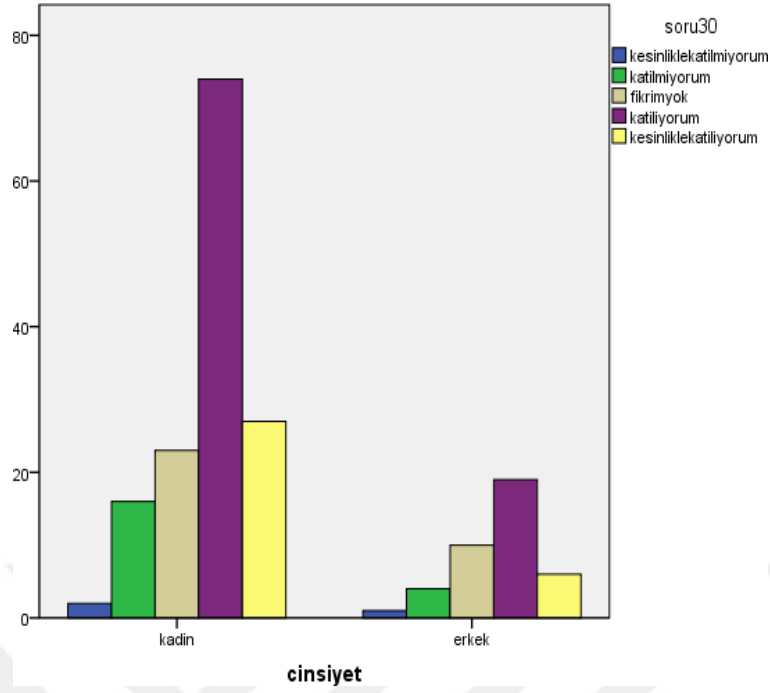


Tablo 30. 29. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Katılmıyorum	13	7,1	7,1	7,1
	Fikrim yok	43	23,6	23,6	30,8
	Katılıyorum	94	51,6	51,6	82,4
	Kesinlikle katılıyorum	32	17,6	17,6	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Sert renkler olduğundan daha uzak, sıcak renkler daha yakın algılanır” sorusuna verdiği cevap %51,6’lık oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Sıcak ve soğuk renkler duygu durumunu etkilediği gibi, sıcak renkler daha dinamik daha hareketli ve daha coşkulu algılanırken, sert renkler daha uzak daha soğuk ve daha huzursuz hissetmemizi neden olurlar.

**Şekil 31.** 30. Soru Grafik Dağılımları

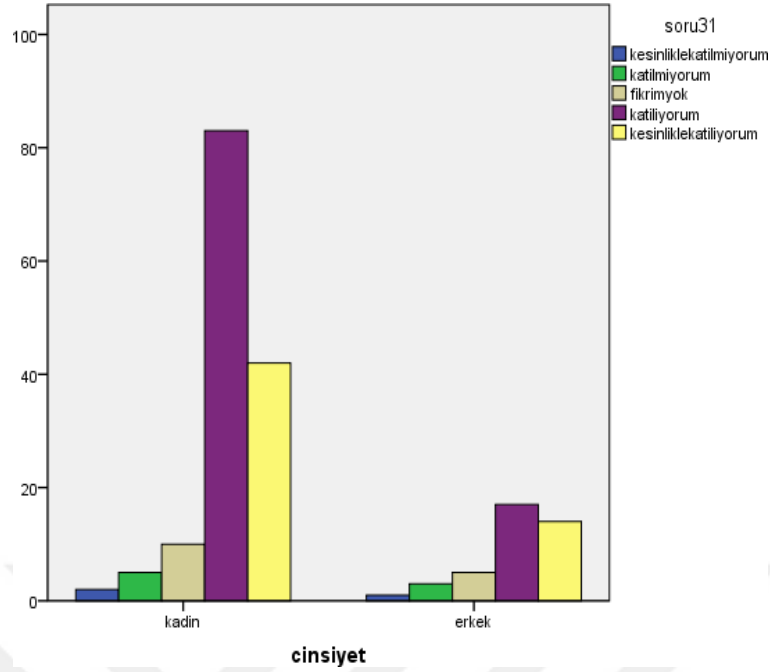


**Tablo 31.** 30. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	1,6	1,6
	Katılmıyorum	20	11,0	11,0	12,6
	Fikrim yok	33	18,1	18,1	30,8
	Katılıyorum	93	51,1	51,1	81,9
	Kesinlikle katılıyorum	33	18,1	18,1	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Modern tarz kafelerde ki eşyalar basit ve işlevsel olması nedeniyle tercih edilen tarzdır’’ sorusuna verdiği cevap %51,1’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Bu oran sade, basit ve işlevi olan eşyaların kullanıcıya daha ergonomik ve kullanışlı gelmektedir sonucuna ulaştırmaktadır.

Şekil 32. 31. Soru Grafik Dağılımları

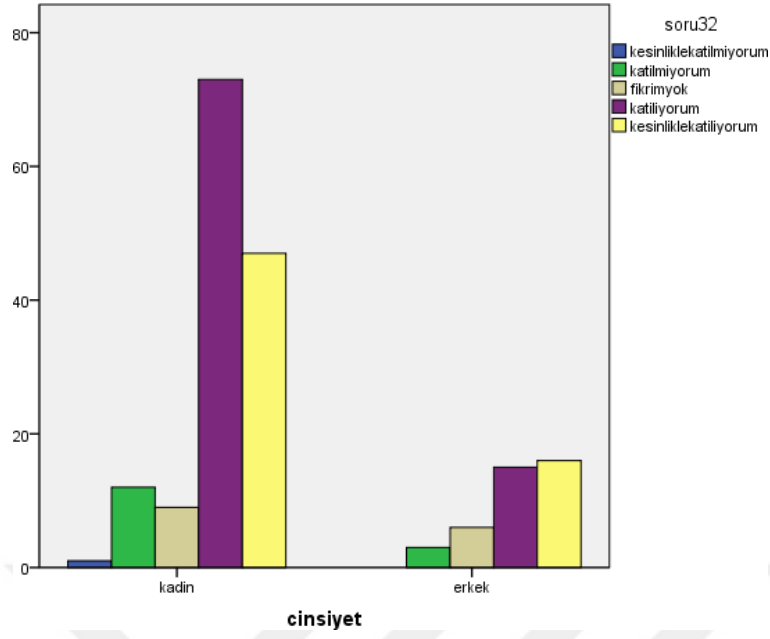


Tablo 32. 31. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	1,6	1,6
	Katılmıyorum	8	4,4	4,4	6,0
	Fikrim yok	15	8,2	8,2	14,3
	Katılıyorum	100	54,9	54,9	69,2
	Kesinlikle katılıyorum	56	30,8	30,8	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Klasik tarz kafeler geçmişı anımsatır ve nostaljik bir hava verir’’ sorusuna verdiği cevap %54,9’luk oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Eski eşyalar ait olduğu döneme özgü detay ve anılar taşırlar. Özellikle vintage tarz kafeler tamamen eski eşyalarla döşendiği için bu etki kişilerde daha da yoğun etkiler bırakır.

Şekil 33. 32. Soru Grafik Dağılımları

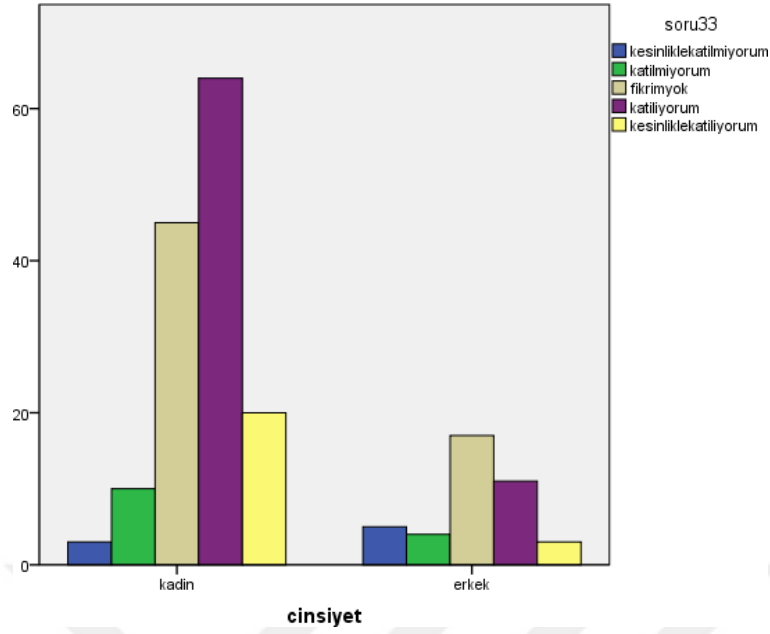


Tablo 33. 32. Soru Yüzelik Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	1	,5	,5	,5
	Katılmıyorum	15	8,2	8,2	8,8
	Fikrim yok	15	8,2	8,2	17,0
	Katılıyorum	88	48,4	48,4	65,4
	Kesinlikle katılıyorum	63	34,6	34,6	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Eski tarz ürünler yaşanmışlık hissiyatı verir’’ sorusuna verdiği cevap %48,4’lük oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Vintage eşyalar dokusuyla, yapısıyla, geçmişe özlem duygusu olması kavramını vermeleriyle birlikte yaşanmışlık hissiyatı verirler.

Şekil 34. 33. Soru Grafik Dağılımları

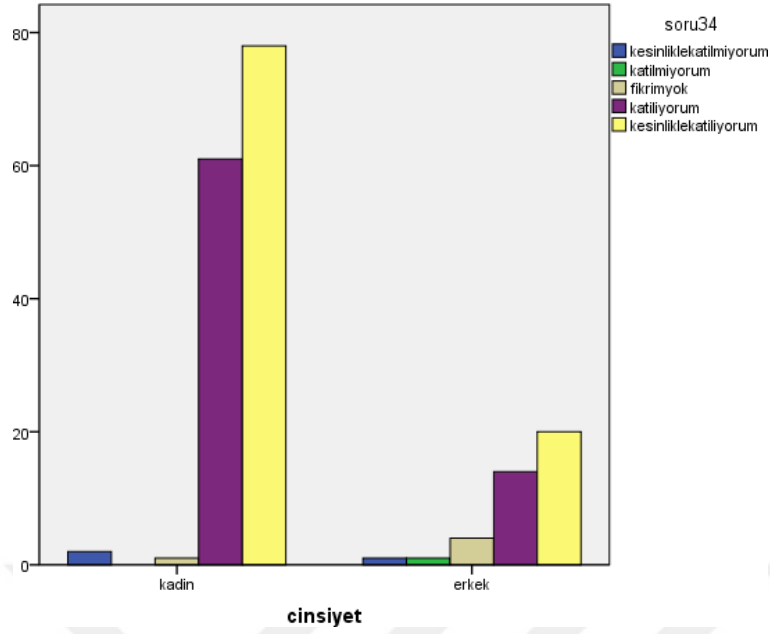


Tablo 34. 33. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	8	4,4	4,4	4,4
	Katılmıyorum	14	7,7	7,7	12,1
	Fikrim yok	62	34,1	34,1	46,2
	Katılıyorum	75	41,2	41,2	87,4
	Kesinlikle katılıyorum	23	12,6	12,6	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafe tavanlarında asma katlar kullanılmalıdır” sorusuna verdiği cevap %41,2’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Tek katın yeterli olmadığı yerlerde veya yüksek katlı yerlerde, mekânın kullanım alanını artırmak ve mekânı daha işlevsel hale getirmek için asma katlar ideal bir çözümdür.

Şekil 35. 34. Soru Grafik Dağılımları

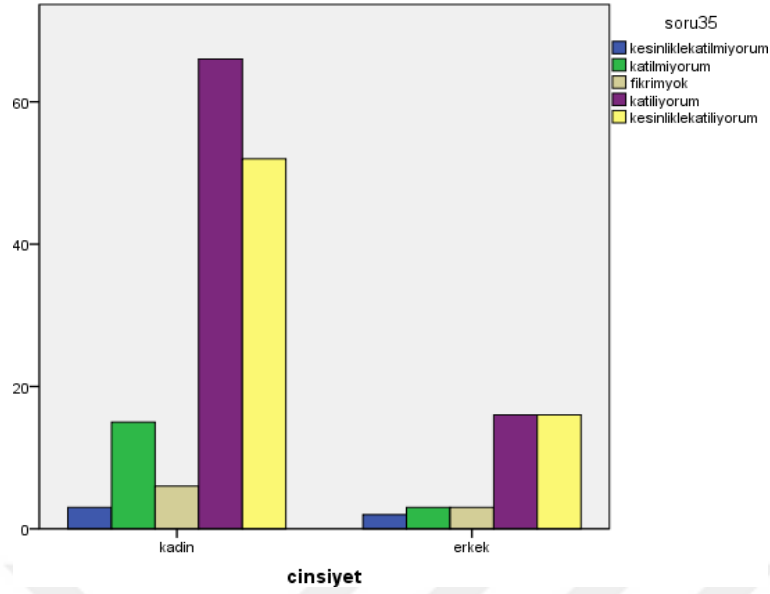


Tablo 35. 34. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	1,6	1,6
	Katılmıyorum	1	,5	,5	2,2
	Fikrim yok	5	2,7	2,7	4,9
	Katılıyorum	75	41,2	41,2	46,2
	Kesinlikle katılıyorum	98	53,8	53,8	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde oturma alanlarının dizilişi önemlidir” sorusuna verdiği cevap %53,8’lik oranla kesinlikle katılıyorum şeklinde olmuştur. Kafe ve restoranlarda masa ve oturma ünitelerinin konumunu doğru ayarlamak gürültüyü ve olası kazaları azaltırken, insan sirkülasyonunu ve akışı düzene sokacaktır.

Şekil 36. 35. Soru Grafik Dağılımları

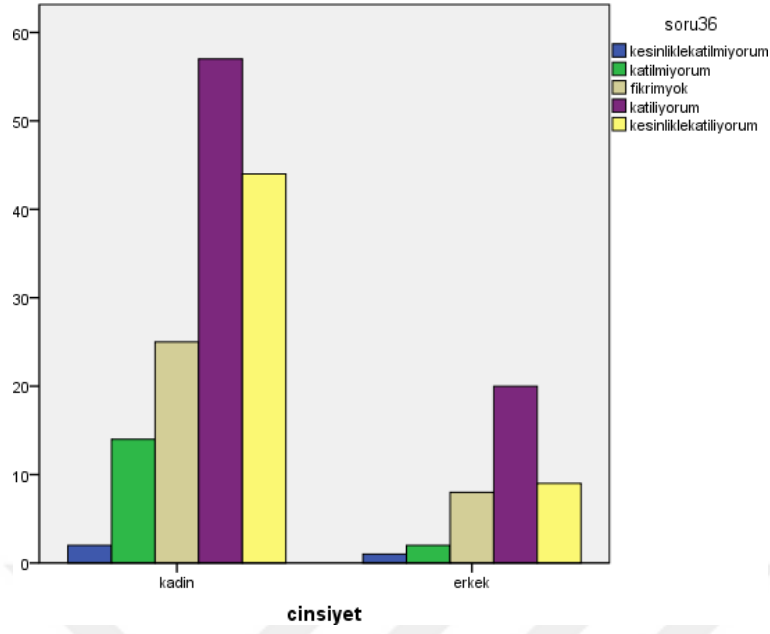


Tablo 36. 35. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	5	2,7	2,7	2,7
	Katılmıyorum	18	9,9	9,9	12,6
	Fikrim yok	9	4,9	4,9	17,6
	Katılıyorum	82	45,1	45,1	62,6
	Kesinlikle katılıyorum	68	37,4	37,4	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Kafelerde oturma alanları çok rahat olmalıdır’’ sorusuna verdiği cevap %45,1’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Yüksek kaliteli rahat ve ergonomik mobilya seçimi konukların mekânda daha uzun süre kalmalarını sağlar. Özellikle misafirlerin daha rahat etmeleri için oturma ünitelerinin uygun malzeme seçiminin yanı sıra ürünün doğru yükseklikte ve genişlikte olması gerekir.

Şekil 37. 36. Soru Grafik Dağılımları

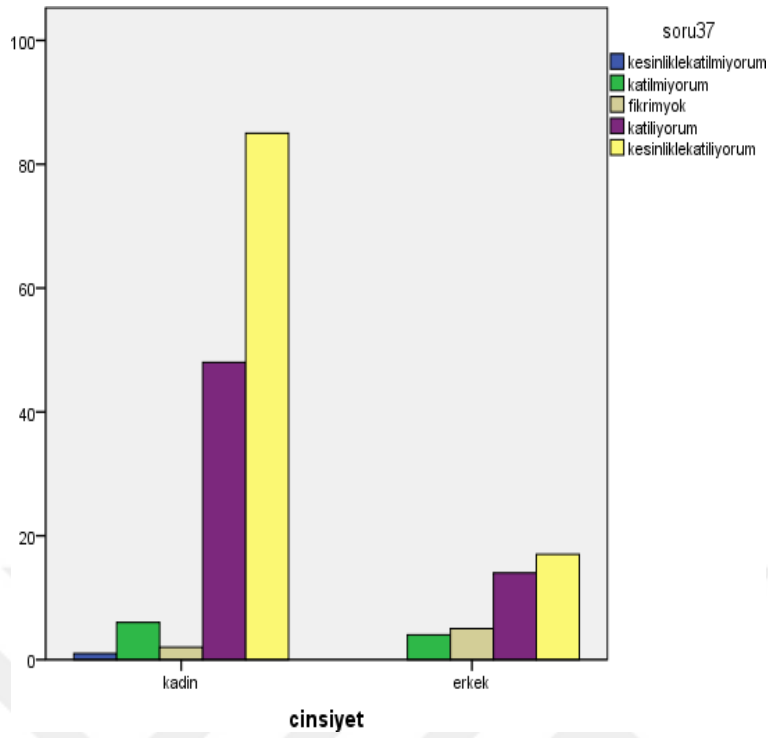


Tablo 37. 36. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	1,6	1,6
	Katılmıyorum	16	8,8	8,8	10,4
	Fikrim yok	33	18,1	18,1	28,6
	Katılıyorum	77	42,3	42,3	70,9
	Kesinlikle katılıyorum	53	29,1	29,1	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafeler yüksek katlı olmalıdır” sorusuna verdiği cevap %42,3’lük oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Kafelerin tarzı kadar büyüklüğü ve yüksekliği de önemlidir. Yüksek katlarda, asma katların bir avantaj olarak sayılması göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca yüksek katlar mekâna bir ferahlık katar ve dekoratif anlamda daha verimli alanlar kazandırmasını sağlar.

Şekil 38. 37. Soru Grafik Dağılımları

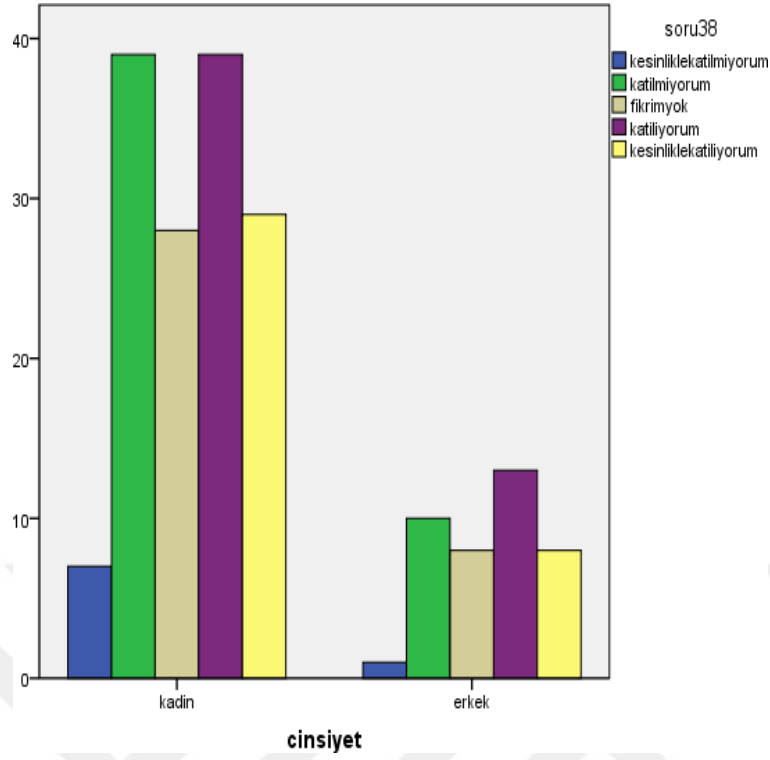


Tablo 38. 37. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	1	,5	,5	,5
	Katılmıyorum	10	5,5	5,5	6,0
	Fikrim yok	7	3,8	3,8	9,9
	Katılıyorum	62	34,1	34,1	44,0
	Kesinlikle katılıyorum	102	56,0	56,0	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafe mekânlarında ki oturma alanlarında cam kenarları veya manzaralı yerler daha fazla tercih edilir” sorusuna verdiği cevap %56,0’lık oranla kesinlikle katılıyorum şeklinde olmuştur. Günlük koşuşturmalardan vakit bulunduğu zamanlarda tercih ettiğimiz kafelerin, tabiatı kapsayan alanlarını tercih etmek birinci sebebimizdir. Çünkü doğa, yeşil, ahşap dokular, su sesleri kişide huzur ve sakinlik verici bir etki bırakır.

Şekil 39. 38. Soru Grafik Dağılımları

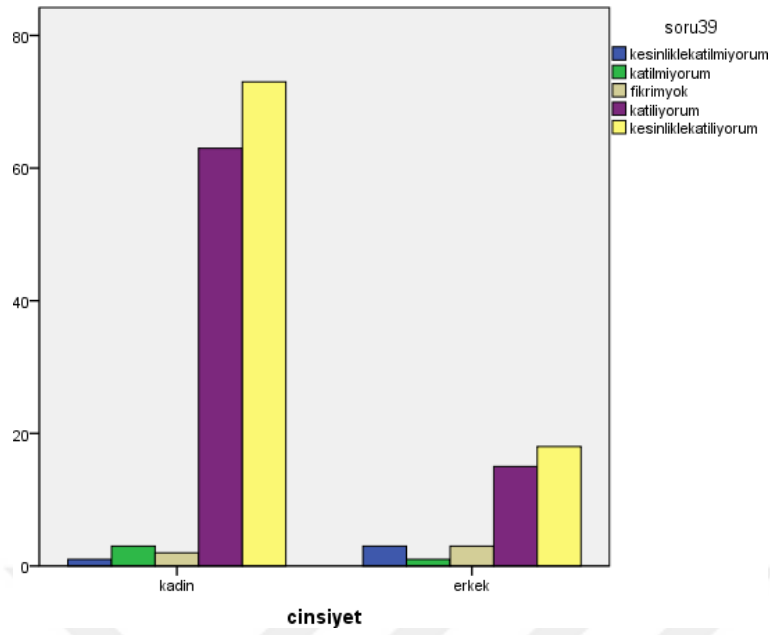


Tablo 39. 38. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	8	4,4	4,4	4,4
	Katılmıyorum	49	26,9	26,9	31,3
	Fikrim yok	36	19,8	19,8	51,1
	Katılıyorum	52	28,6	28,6	79,7
	Kesinlikle katılıyorum	37	20,3	20,3	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Islak hacimler zemin katta olmalıdır’’ sorusuna verdiği cevap birbirine yakın oranlarda sonuç vermiştir. Bu oran ıslak hacimlerin her katta olabilir sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Şekil 40. 39. Soru Grafik Dağılımları

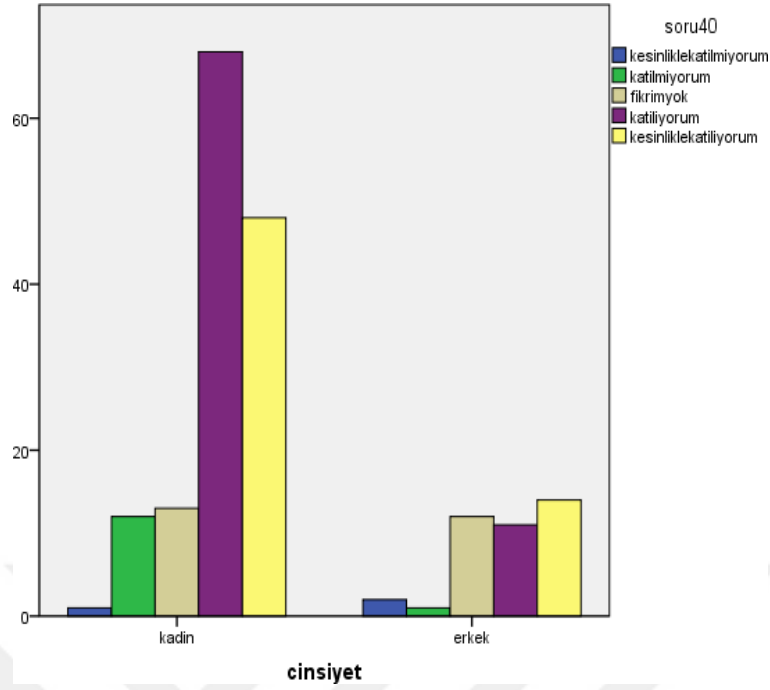


Tablo 40. 39. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	4	2,2	2,2	2,2
	Katılmıyorum	4	2,2	2,2	4,4
	Fikrim yok	5	2,7	2,7	7,1
	Katılıyorum	78	42,9	42,9	50,0
	Kesinlikle katılıyorum	91	50,0	50,0	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Akustik ve gürültü düzeyi daha fazla kontrol edilmelidir” sorusuna verdiği cevap %50,0’lık oranla kesinlikle katılıyorum şeklinde olmuştur. Kafe, bar, restoran, lokanta gibi yerlerde en dikkat edilmesi gereken husus akustik ve ses kontrolüdür. Kafenin içindeki gürültü duvar, tavan ve döşeme malzemelerine (cam, mermer, metal, ahşap vb.) yansıyor geri dönüyorsa bu mekânda bir uğultu ve ses yoğunluğuna neden olacaktır. Bunun için zemin, tavan ve duvarlarda (cam yünü, taş yünü vb.) ses emen yalıtımlı malzemeler tercih edilmelidir.

Şekil 41. 40. Soru Grafik Dağılımları

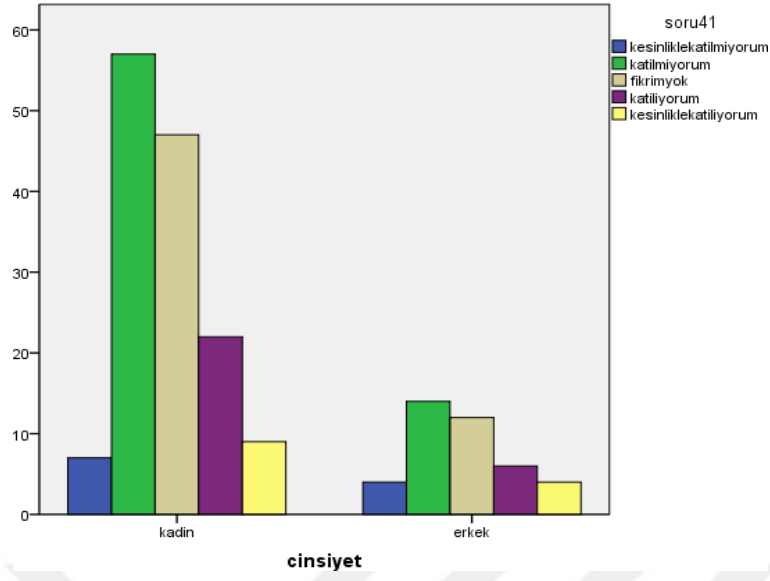


Tablo 41. 40. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	1,6	1,6
	Katılmıyorum	13	7,1	7,1	8,8
	Fikrim yok	25	13,7	13,7	22,5
	Katılıyorum	79	43,4	43,4	65,9
	Kesinlikle katılıyorum	62	34,1	34,1	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde ki iç mekânlarda mimari tarzlardan birisi mutlaka kullanılmalıdır” sorusuna verdiği cevap %43,4'lük oranla kesinlikle katılıyorum şeklinde olmuştur. Sürekli kendini tekrarlayan masa-sandalye, duvar panelleri veya benzer duvar kâğıtlarıyla döşenmiş kafeler müşteriler tarafından bir süre sonra sıradan bir hale gelecektir. Etrafta ki mekânlara göre daha dikkat çekici, albenisi yüksek olan, herhangi bir mimari tarzla döşenmiş bir mekân estetik ve görsellik bakımından daha çok rağbet görecektir ve tercih edilecektir. Verilen hizmetten daha ziyade ambalajın gösterişli olması müşteriye çekmek için iyi bir avantaj sağlayacaktır.

Şekil 42. 41. Soru Grafik Dağılımları

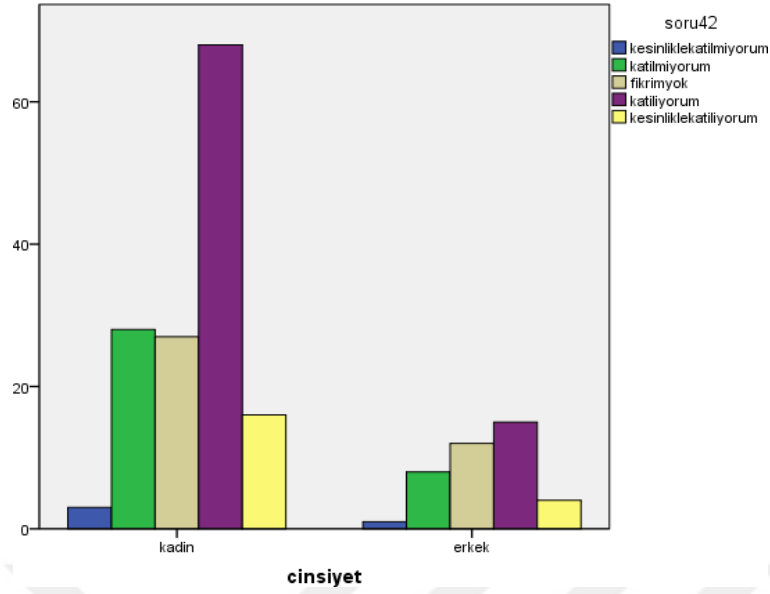


Tablo 42. 41. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	11	6,0	6,0	6,0
	Katılmıyorum	71	39,0	39,0	45,1
	Fikrim yok	59	32,4	32,4	77,5
	Katılıyorum	28	15,4	15,4	92,9
	Kesinlikle katılıyorum	13	7,1	7,1	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde siyah profil veya çıtalar mutlaka kullanılmalıdır” sorusuna verdiği cevap %39,0’lık oranla katılmıyorum şeklinde olmuştur. Bu oran bir mekânda çıta ve profillerde farklı renkteki ürünlerde tercih edilebilir sonucuna ulaştırmaktadır.

Şekil 43. 42. Soru Grafik Dağılımları

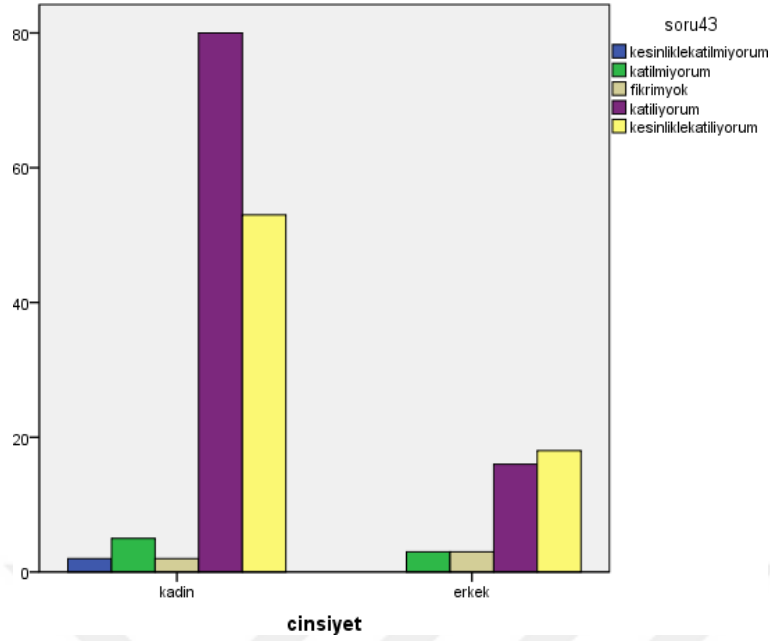


Tablo 43. 42. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	4	2,2	2,2	2,2
	Katılmıyorum	36	19,8	19,8	22,0
	Fikrim yok	39	21,4	21,4	43,4
	Katılıyorum	83	45,6	45,6	89,0
	Kesinlikle katılıyorum	20	11,0	11,0	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafe iç mekânlarında ki alanlar bölücülerle ayrılmalıdır” sorusuna verdiği cevap %45,6’lık oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Taşıyıcı görevi olmayan paneller, yapının strüktürü değiştirilmeden kafelerde ihtiyaç doğrultusunda konumlandırılarak, oturma ünitelerinin arasında ve mekânın gerektirdiği yerlerde kullanılmaktadır. Bölücüler, hem bir paravan olarak hem mahremi kesmek adına hem de dekoratif anlamda kafelerde tercih edilmektedir.

Şekil 44. 43. Soru Grafik Dağılımları

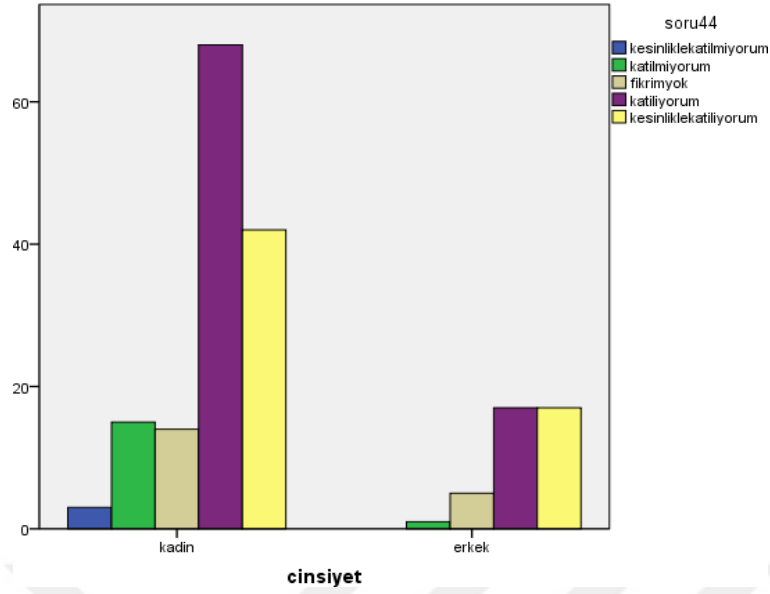


Tablo 44. 43. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1	1,1	1,1
	Katılmıyorum	8	4,4	4,4	5,5
	Fikrim yok	5	2,7	2,7	8,2
	Katılıyorum	96	52,7	52,7	61,0
	Kesinlikle katılıyorum	71	39,0	39,0	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde ana girişler geniş olmalıdır” sorusuna verdiği cevap %52,7’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Kafelerin iç dizaynı kadar dış dizaynının da göz alıcı olması gerekmektedir. Dış mekân tasarımı hem şık hem albesini yüksek hem de davetkâr olmalıdır. Kafelerde geniş bir girişin olması, pencerelerin büyük olması ve ışıltılı bir logo tasarımının olması mekânda farklı bir etki yaratacaktır.

Şekil 45. 44. Soru Grafik Dağılımları

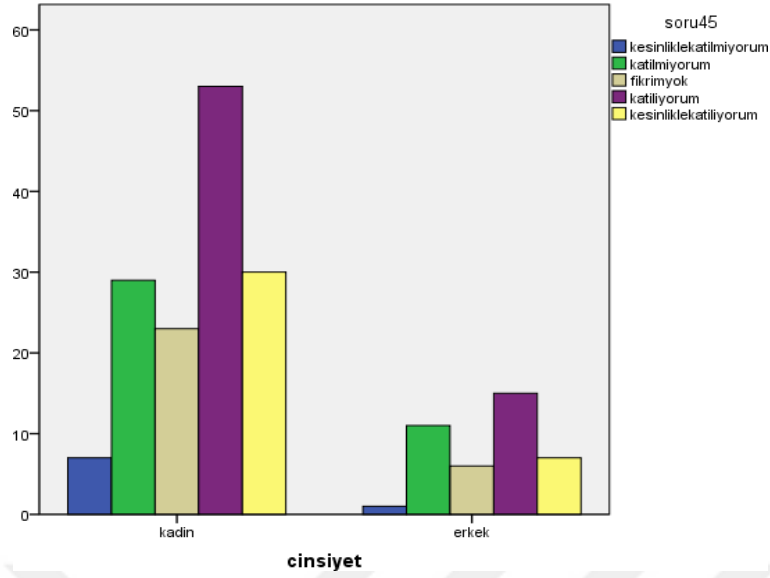


Tablo 45. 44. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	1,6	1,6
	Katılmıyorum	16	8,8	8,8	10,4
	Fikrim yok	19	10,4	10,4	20,9
	Katılıyorum	85	46,7	46,7	67,6
	Kesinlikle katılıyorum	59	32,4	32,4	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Kafelerde ana girişler yüksek olmalıdır’’ sorusuna verdiği cevap %46,7’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Kafe giriş kapılarının mekânın içini net şekilde alacak şekilde büyük ve geniş olması müşteriye cezbetmesi açısından kafe adına iyi bir avantaj sağlayacaktır.

Şekil 46. 45. Soru Grafik Dağılımları

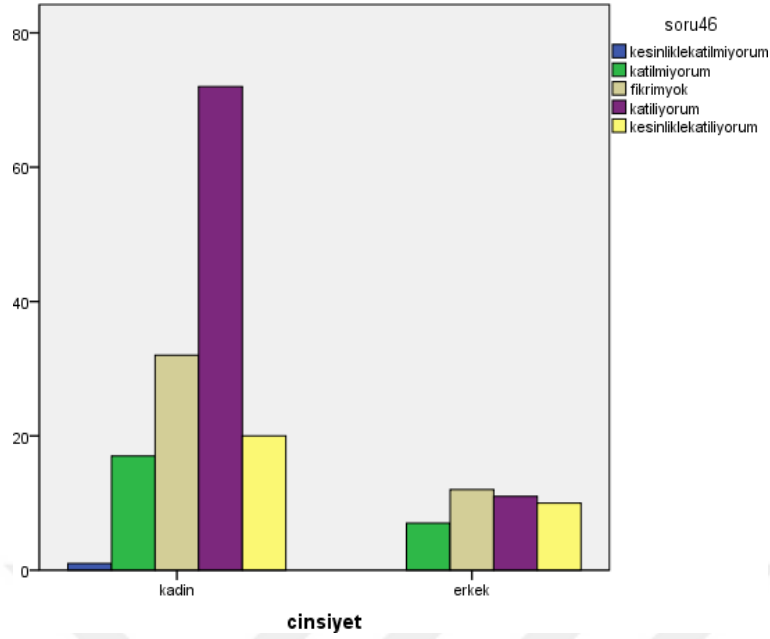


Tablo 46. 45. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	8	4,4	4,4	4,4
	Katılmıyorum	40	22,0	22,0	26,4
	Fikrim yok	29	15,9	15,9	42,3
	Katılıyorum	68	37,4	37,4	79,7
	Kesinlikle katılıyorum	37	20,3	20,3	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kasa ve vitrinin tasarımı lüks olmalıdır sorusuna verdiği cevap %37,4’lük oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Kafe ana girişi kadar bunu destekleyen büyük pencereler, parlak logolarla birlikte tasarımın ana maddesi olan vitrinlerin ve kasalarında çok şık olması gerekmektedir. Bunlar birbirine bağlı elementlerdir. Vitrin tasarımını destekleyen aydınlatmalarda doğru ve düzgün yapılarak müşteriye kafeye doğru yönlendirmelidir. Bunu destekleyen şık bir kasa tasarımı da bu etkiyi kuvvetlendirecektir.

Şekil 47. 46. Soru Grafik Dağılımları

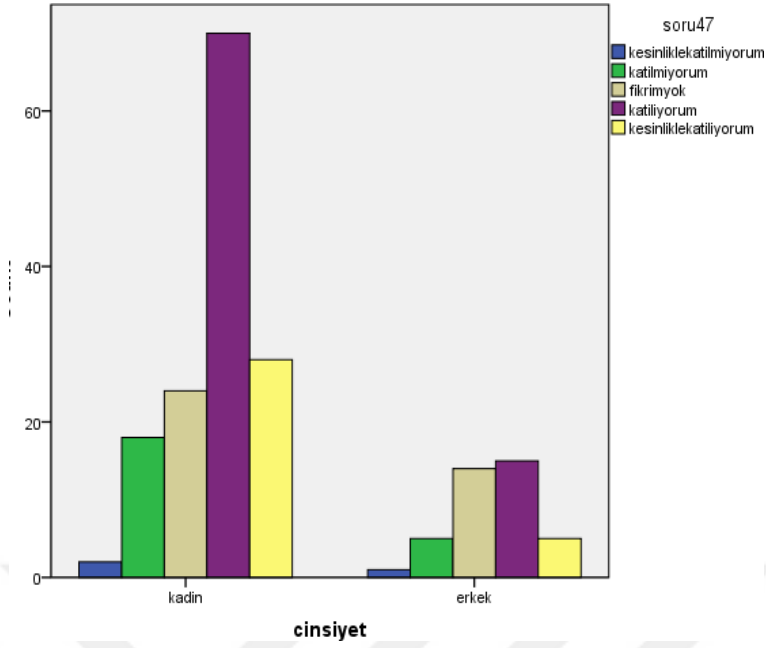


Tablo 47. 46. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	1	,5	,5	,5
	Katılmıyorum	24	13,2	13,2	13,7
	Fikrim yok	44	24,2	24,2	37,9
	Katılıyorum	83	45,6	45,6	83,5
	Kesinlikle katılıyorum	30	16,5	16,5	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafe zemininde farklı malzeme kaplamaları kullanılmalıdır” sorusuna verdiği cevap %45,6’lık oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Mutfak, wc ve kafe birbirinden farklı alanlardır. Kullanılan malzemelerin de farklı olması gerekmektedir. Mutfak ve wc zemininde kaymaz bir ürün tercih edilmelidir. Yiyecek ve içecek sektörüne hizmet eden kafelerin ortak alanlarında kullanılan zeminin uzun yıllar bozulmadan görselliğini koruması gerekir. Malzeme ne kadar kaliteli, dayanıklı ve görseli iyiyse mekâna o kadar önemli bir katkı sağlayacaktır.

**Şekil 48.** 47. Soru Grafik Dağılımları

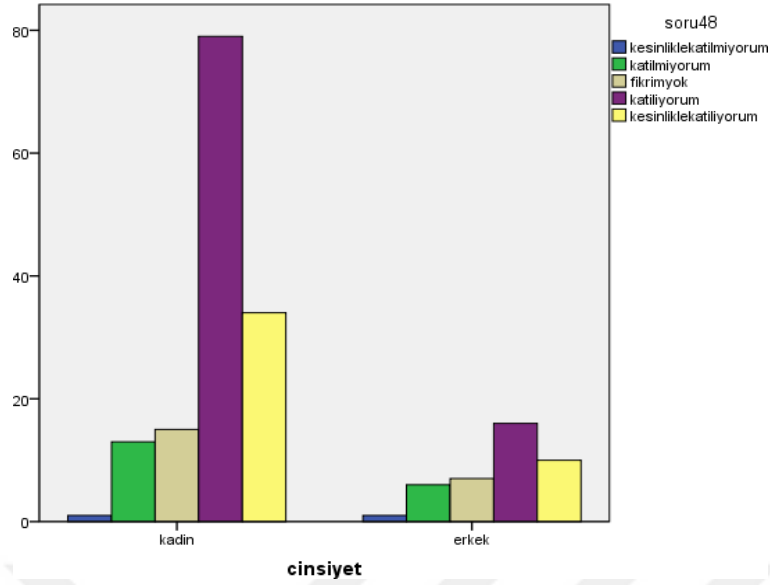


**Tablo 48.** 47. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	1,6	1,6	1,6
	Katılmıyorum	23	12,6	12,6	14,3
	Fikrim yok	38	20,9	20,9	35,2
	Katılıyorum	85	46,7	46,7	81,9
	Kesinlikle katılıyorum	33	18,1	18,1	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Tavan ile duvar arasında mutlaka bağlantı olmalıdır’’ sorusuna verdiği cevap %46,7’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Kafelerde ilk göze çarpan alanlar tavan ve duvarlardır. Duvar ve tavanda kullanılan malzemelerin birbirine bağlantılı ve uyumlu olmasının sonucunda mekânda eşsiz bir görsellik ortaya çıkmaktadır.

Şekil 49. 48. Soru Grafik Dağılımları

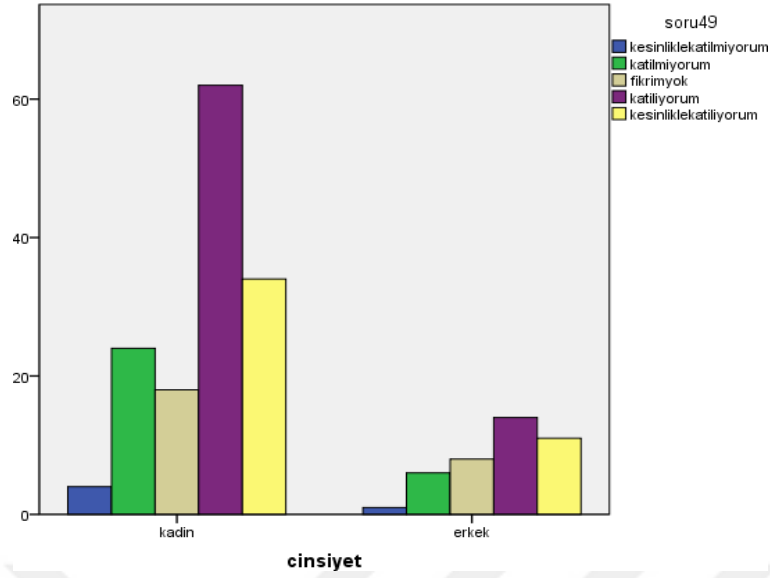


Tablo 49. 48. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	2	1,1	1,1	1,1
	Katılmıyorum	19	10,4	10,4	11,5
	Fikrim yok	22	12,1	12,1	23,6
	Katılıyorum	95	52,2	52,2	75,8
	Kesinlikle katılıyorum	44	24,2	24,2	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Tavan tasarımı ile zemin ilişkili olmalıdır’’ sorusuna verdiği cevap %52,2’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Genel olarak duvar, zemin ve tavan tasarımlarının birbiriyle uyumlu olmaları gerekmektedir. Özellikle tavan tasarımında kullanılan değişik görsellerin, zeminin devamı niteliğinde olması ve duvarın bu tasarımı desteklemesi mekâna görsel bir zenginlik katmaktadır. Bu anlamda seçilen mobilyalarında bu devamlılığa büyük katkısı vardır.

Şekil 50. 49. Soru Grafik Dağılımları

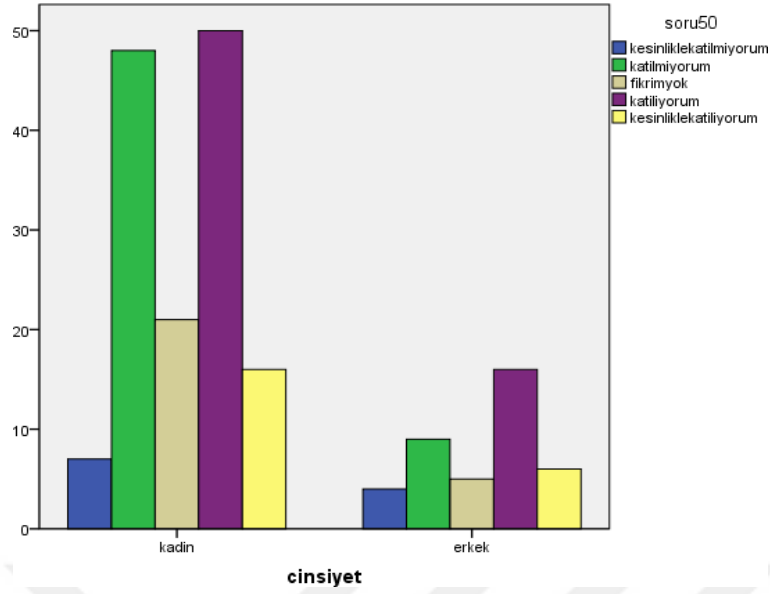


Tablo 50. 49. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	5	2,7	2,7	2,7
	Katılmıyorum	30	16,5	16,5	19,2
	Fikrim yok	26	14,3	14,3	33,5
	Katılıyorum	76	41,8	41,8	75,3
	Kesinlikle katılıyorum	45	24,7	24,7	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde mimari tarz benim için en belirgin tercih sebebidir” sorusuna verdiği cevap %41,8’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Müşteri mekân seçimi yaparken farkında olmadan mimari tarzla döşenmiş bir kafe seçmektedir. Müşteriler özellikle gittikleri kafelerin şık, konforlu ve rahat olanını ve görsel zenginliği olan yerleri tercih etmektedir. Minimalist, modern, vintage, retro, klasik, pop art gibi tarzla döşenmiş birçok kafe bulunmaktadır. Ancak minimalist ve pop art tarzla dekore edilmiş kafeler müşteriler tarafından daha çok tercih edilmektedir.

Şekil 51. 50. Soru Grafik Dağılımları

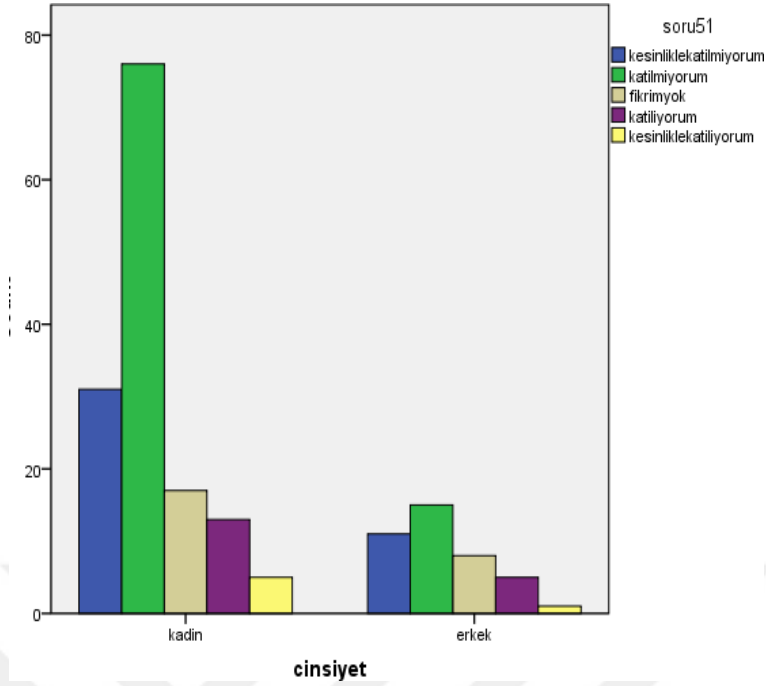


Tablo 51. 50. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	11	6,0	6,0	6,0
	Katılmıyorum	57	31,3	31,3	37,4
	Fikrim yok	26	14,3	14,3	51,6
	Katılıyorum	66	36,3	36,3	87,9
	Kesinlikle katılıyorum	22	12,1	12,1	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin ‘‘Kafelerde sade tasarımlar tercih edilmelidir’’ sorusuna verdiği cevap %36,3’lük oranla katılıyorum ve %31,3’lük oranla katılmıyorum şeklinde olarak birbirine yakın oranda cevaplar çıkarmıştır. Hem modern hem de klasik tarzla döşenmiş kafe seçenekleri eşite yakın bir oran çıkarmış olup tercihler kişiden kişiye göre değişmektedir sonucunu ulaştırmıştır.

Şekil 52. 51. Soru Grafik Dağılımları

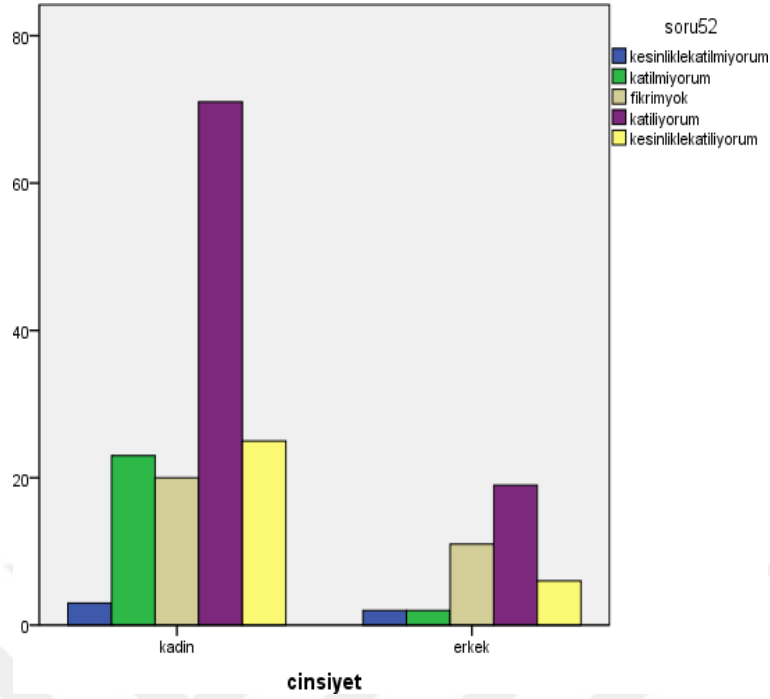


Tablo 52. 51. Soru Yüzdeler Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	42	23,1	23,1	23,1
	Katılmıyorum	91	50,0	50,0	73,1
	Fikrim yok	25	13,7	13,7	86,8
	Katılıyorum	18	9,9	9,9	96,7
	Kesinlikle katılıyorum	6	3,3	3,3	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde karma ve karmaşık tasarımlar tercih edilmelidir” sorusuna verdiği cevap %50,0’lık oranla katılmıyorum şeklinde olmuştur. Kafe tasarımları oluşturulurken mekânın rahat, konforlu ve huzurlu olması, az ama gözle hitap eden ürünlerle dekore edilmiş olması en dikkat edilmesi gereken hususlardan birisidir. Uygulanacak tarza uygun bir ortam yaratmak ve ona göre düzen oluşturmak birincil öncelik olmalıdır. Tasarım yapılırken duvar, tavan ve zemin ilişkisi göz önünde bulundurulmalı, aynı malzemeler kullanılmamalı ve mekânı boğmamak adına malzeme seçiminde bazı hususlar göz önünde tutulmalıdır.

Şekil 53. 52. Soru Grafik Dağılımları

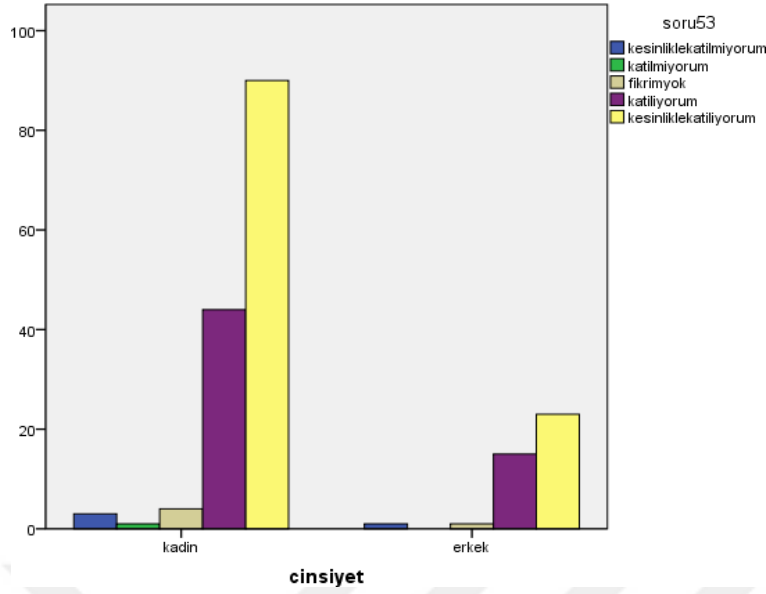


Tablo 53. 52. Soru Yüzelik Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	5	2,7	2,7	2,7
	Katılmıyorum	25	13,7	13,7	16,5
	Fikrim yok	31	17,0	17,0	33,5
	Katılıyorum	90	49,5	49,5	83,0
	Kesinlikle katılıyorum	31	17,0	17,0	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde sıra dışı tasarımlar tercih edilmelidir” sorusuna verdiği cevap %49,5’lik oranla katılıyorum şeklinde olmuştur. Kafeler sunacağı hizmete uygun dekor tarzını belirlenmesinin ardından tarzına uygun eşya ve mobilyalar seçmesi gerekmektedir. Vintage, klasik, modern, retro, pop art gibi tarzlar oluşturulurken mekâna katkı sağlayacak ürünlerin göz alıcı ve çarpıcı olması gerekmektedir. Tavan ve duvarlarda kullanılan sıra dışı aksesuarlar mekânda farklı bir atmosfer yaratacaktır. Hayal gücünü zorlayan özgün tasarımlar müşteride iyi bir izlenim bırakacaktır.

Şekil 54. 53. Soru Grafik Dağılımları



Tablo 54. 53. Soru Yüzelik Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	4	2,2	2,2	2,2
	Katılmıyorum	1	,5	,5	2,7
	Fikrim yok	5	2,7	2,7	5,5
	Katılıyorum	59	32,4	32,4	37,9
	Kesinlikle katılıyorum	113	62,1	62,1	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan 182 kişinin “Kafelerde yapılan hareket ve dolaşım sistemi önemlidir” sorusuna verdiği cevap %62,1’lik oranla kesinlikle katılıyorum şeklinde olmuştur. Tasarım oluşturulurken kasa bölümü, depo, wc gibi alanlar doğru şekilde yerleştirildikten sonra müşterilerin ürünlere kolaylıkla ulaşabileceği şekilde hareket edebilmesi ve servis akışının kontrollü olması açısından mekânın doğru çözümlenmiş olması gerekmektedir. Planlamayı oluşturan parçalar ana madde olarak ürün teşhir standı, ürün hazırlama standı, müşteri dolanım alanı, oturma planı ve servis alanı olarak sınıflandırılabilir.

## 6. ÜÇ BOYUTLU KAFE TASARIMI

Öğrencilerin anket sorularına verdikleri cevaplara göre üç boyutlu bir kafe iç mekân tasarımı yapılmıştır. Buna göre;

Alan 225 m<sup>2</sup>’dir ve yüksekliği 300 cm’dir. Müşteriyi girişte 300 cm’lik bir banko,

580 cm'lik bir vitrin ve tezgâh karşılamaktadır. Ürün hazırlama bölümü tezgâhın tam arkasındadır ve 330 cm'dir. İç mekân 70 m<sup>2</sup>'dir. 64 kişilik teras 154 m<sup>2</sup>'dir. Kafede 5,8 m<sup>2</sup>'lik bir bayan wc, 4,7 m<sup>2</sup>'lik bir bay wc ve 15 m<sup>2</sup>'den oluşan bir depo bulunmaktadır.

Country tarz ile tasarlanan kafede yerden ısıtma, havalandırma, klima ve akustik sistemleri bulunmaktadır. Giriş 150\*210'luk açılır kapanır otomatik cam kapı bulunmaktadır. Zeminde 40\*40 siyah ve beyaz dama taşı desenli yüzeyi aşınmaya dayanıklı 38 m<sup>2</sup>'lik granit malzemesi kullanılmıştır. Banko arkasında ki duvarda, girişte ve lavabo holünde 50 m<sup>2</sup>'lik silinebilir desenli duvar kâğıdı, bir boy aynası, bir aplik ve bir tablo kullanılmıştır. Depo ve 2 adet wc kapıları 80\*210'luk ebatlarında ve ahşap kapılardır. Karşı duvarda 8,1 m<sup>2</sup>'lik ve altın varak çerçeveli dekoratif beyaz tuğla tercih edilmiştir. Önünde pembe renkli dresuar, 2 adet aplik ve tablo ile görsel güçlendirilmiştir. Ürün hazırlama alanının arkasında 17 m<sup>2</sup>'lik ateş tuğlası tercih edilmiştir. Ürün hazırlama tezgâhının tavanında baklava dilim desenli dekoratif bir ayna kullanılmıştır. Tavanda alçıpan asma tavanda spot aydınlatma ve 4 adet gömme taşlı avize tercih edilmiştir. Bankonun arkasına büyüklü küçüklü tablolar yerleştirilmiştir. Kolonlar, ürün hazırlık tezgâhı, vitrinlerin ön yüzeyinde ve her türlü ahşap işlerinde antrasit ve beyaz renkli ahşap lake tercih edilmiştir.

Lavaboların zemininde 11 m<sup>2</sup>'lik beyaz granit ve 26 metrelik dekoratif siyah mermer kullanılmıştır. Kenarlara yerden yüksekliği 90 cm olan 20 m<sup>2</sup>'lik suya dayanıklı beyaz damarlı bir mermer malzeme tercih edilmiştir. Üst kısmında 67 m<sup>2</sup>'lik suya dayanıklı silinebilir desenli duvar kâğıdı tercih edilmiştir. Alçıpan asma tavan, spot aydınlatma ve gizli aydınlatma kullanılmıştır. 130 cm ve 110 cm olmak üzere 2 adet hilton lavabo, 2 adet gömme rezervuarlı klozet, bir adet puf, 2 adet tablo ve 2 adet ayna kullanılmıştır.

Teras zemininde suya ve ısıya dayanıklı ahşap görünümlü seramik tercih edilmiştir. Zemin 154 m<sup>2</sup>'dir. Ön cephe 17,5 metre, iki yan cephe 12 metredir. 30 metre uzunluğundaki teras kısmının cephe bölümünde alüminyum doğramalı açılır kapanır giyotin ve tavanında ışıklı tente sistemi bulunmaktadır.

6 adet 80\*80, 8 adet 70\*70 ebatlarında ve 165\*70 ebatlarında ahşap masa, 25 adet leke tutmayan gri renginde kumaş koltuk, 7 adet leke tutmayan gece mavisi renginde kumaş koltuk ve 11 adet sedir biçiminde leke tutmayan gece mavisi renginde kumaş koltuk tercih edilmiştir. Teras bölümünün duvarında toplamda 21 m<sup>2</sup>'lik etrafı altın varak çerçeveli bej renkli deri kumaş kaplı panolar ve 6 adet ayna kullanılmıştır. Teras

bölümünün duvarında 13 m<sup>2</sup>'lik ateş tuğlası uygulanmış olup, bir adet led televizyon yerleştirilmiştir. Masaların yanındaki 25 m<sup>2</sup>'lik duvarlara dekoratif beyaz tuğla, 34 metre uzunluğunda ahşap süpürgelik ve 11 metre genişliğinde siyah granit basamak uygulanmıştır. Terasa bölümüne 4,5 metre genişliğinde bir cam bölme yerleştirilerek, sigara içilen ve sigara içilmeyen kısım olarak iki bölüme ayrılmıştır.

- Anket sonucuna göre çizilen mekânda oturma alanlarının rahatlığına,dizilişine, hareket ve dolaşım sistemine önem verilmiştir.

- Yorucu olmaması açısından doğru aydınlatma elemanları tercih edilerek aydınlatma seviyesi dengede tutulmuştur.

- Dokulu bir yüzeye sahip bir duvar ışıkla donatılarak algılanabilir bir yüzey oluşturulmuştur.

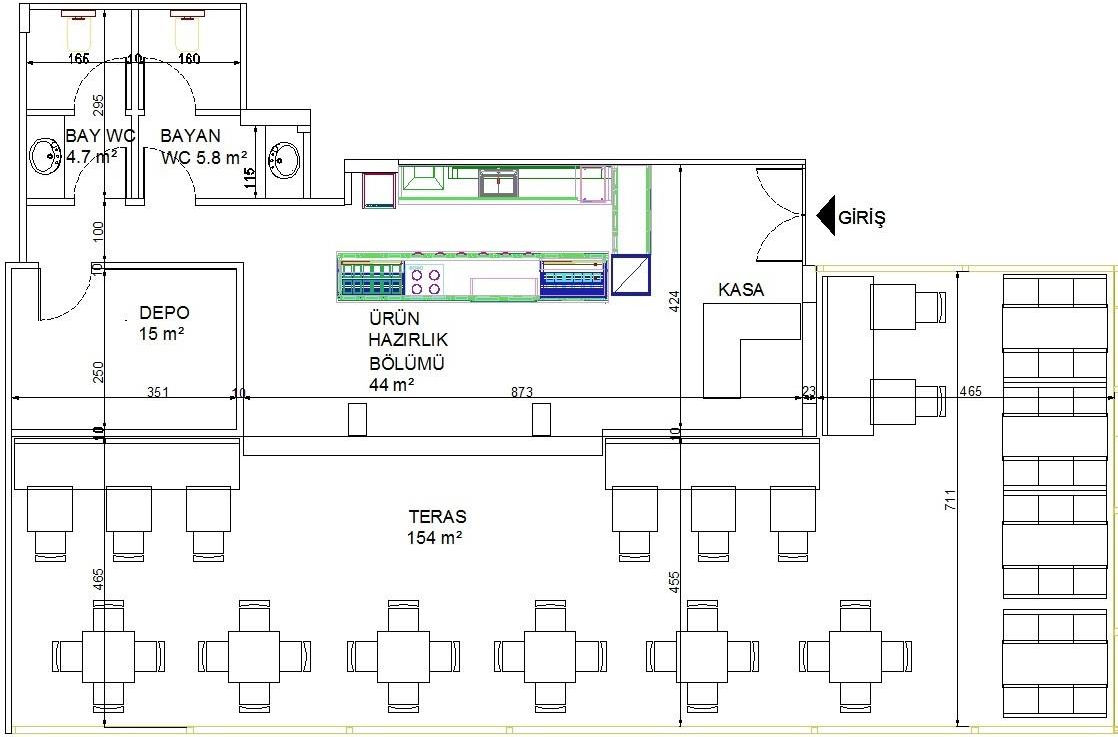
- Daha soft ve sade duvar kâğıtları tercih edilmiştir.

- Herhangi bir mimari tarz kullanılarak bir kafe tasarımı oluşturulmuştur.

- Vitrinin büyüklüğü ve göz alıcı olmasına dikkat edilmiştir.

Bu kriterlere göre üç boyutlu bir kafe tasarımı yapılmıştır.

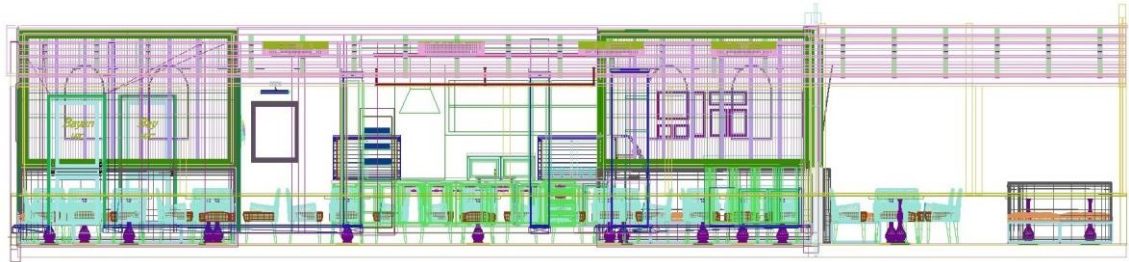
**Resim 56. Kafe Tasarım Planı**



**Resim 57. Kafe Tasarımı 1. Kesit**



**Resim 58. Kafe Tasarımı 2. Kesit**



**Resim 59.** Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Ürün Hazırlık Ve Vitrin Görsele



**Resim 60.** Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Vitrin Ve Lavabo Holü Görsele



**Şekil 55. Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Vitrin Ve Kasa Bölümü Görşeli**



**Şekil 56. Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Vitrin Görşeli**



**Resim 61.** Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Vitrin Görsele



**Resim 62.** Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Teras Görsele



**Resim 63.** Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Teras Görself



**Resim 64.** Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Teras Görself



**Resim 65.** Kafe Tasarımının Üç Boyutlu Lavabo Görseli



## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu tez çalışmasında Afyonkarahisar ilinde bulunan ‘‘Kullanıcı İhtiyaçlarının Değerlendirilmesi Sonucunda Bir Kafe İç Mekân Tasarımı Önerisi’’ üzerine yönelik bir araştırma yapılmıştır. Öncelikle kahvenin doğuşu, kahvehane kültürü, oluşumu gelişimi ve yayılması, Osmanlı imparatorluğu zamanında kahve ve kahvehane kültürü ve Avrupa’ya yayılması incelenmiştir. Daha sonra kafe kavramı ele alınarak kafe nedir, kafe mekânının işlevsel özellikleri nelerdir, günümüz kafe mekânlarının oluşmasına etkili olan faktörler nelerdir ve bir kafenin iç mimari tasarımında dikkat edilmesi gereken hususlar neler olmalıdır sorusuna cevap aranmıştır. Araştırmanın devamında Afyonkarahisar ilinde bulunan farklı kafe tipleri proje ve görselleriyle birlikte incelenip teze eklenmiştir. En son Afyon Kocatepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi İç Mimarlık bölümü öğrencilerine 53 soruluk bir anket çalışması yapılarak tez çalışması sonlandırılmıştır.

‘‘Kullanıcı İhtiyaçlarının Değerlendirilmesi Sonucunda Bir Kafe İç Mekân Tasarımı Önerisi’’ adlı tez araştırmasının belirlenmesinde 53 maddelik anket soruları

182 kişiye (kesinlikle katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum) şeklinde uygulanmıştır. Ankete katılan 182 kişinin yaş aralıkları 18-24 yaş grubu olup tamamını üniversite öğrencileri temsil etmektedir. Katılımcıların cinsiyetlerine bakıldığında 142’sinin kadın, 40’nın erkek öğrenci olduğu görülmüştür.

Toplumların var olmasından bu yana insanların ihtiyacı olan şeylerden birisi sosyalleşmek olmuştur. Bu sosyallik ihtiyaçları kafe, restoran ve açık oturma alanları gibi yerlerde giderilmektedir. Yeme-içme mekânları olmanın yanı sıra özel günler, buluşmalar, kutlamalar, yıldönümleri, doğum günleri gibi birtakım etkinliklerinde ev sahipliği yaptığı kafe ve restoranların tercih edilmesi için birinci öncelik konforlu ve düzenli olmasından geçmektedir. Yalnızca fiziksel gereksinimler için değil aynı zamanda içeceğini yudumlarken kitap okumak, dizüstü bilgisayarına göz atmak, çalışmak veya arkadaşlarıyla sosyalleşmek için tercih edilen kafe tasarımlarının özgün, benzersiz ve farklı olması kullanıcı tarafından tercih sebebi olmaktadır.

Sadece yeme-içme ihtiyaçlarından aksine nasıl bir mekânda zaman geçirdikleri kullanıcı tarafından daha çok önem taşımaktadır. Aydınlatma tasarımları, mobilyalar, ses düzeni, oturma düzeni, renkler, vitrinler, tezgâh düzeni, ıslak hacimler, depolar, ana girişler, logolar, tabelalar kafe tasarımı için bir bütündür. Bu yüzden tercih edilen malzeme seçimi müşteri için davetkâr olmalı ve müşteri kendini rahat hissetmelidir.

Sesler, ışıklar, dokular, renkler, mobilyalar, ambiyans, estetik gibi unsurlar doğru şekilde kullanılmalıdır. Kafenin iç düzeni tasarım kadar önem taşımaktadır. Düzenin doğru olması müşterinin rahat hissetmesini ürünlere kolay ulaşmasını, çalışanın verimli olmasını ve bu bağlı olarak da akışın düzenli olmasını sağlayacaktır. Yapılacak olan tasarımlar için yeni kullanılan metotlar ve yöntemler özellikle tasarım açısından ip uçlarını desteklemektedir.

Buna göre;

- Kafe mekânlarında kullanılan aydınlatma elemanlarının yorucu olmaması ve dengede olmasının önemli olduğu
- Zıt renklerin değil soft ve yumuşak geçişli renklerin ve duvar kâğıtlarının tercih edildiği
- Ergonomik ve rahat mobilyaların tercih edildiği
- Vitrin büyüklüğünün önem taşıdığı
- Tavan-zemin, tavan-duvar tasarımlarının birbirinden farklı ama birbirine bağlantılı olmasının gerektiği
- Akış ve işleyişin düzenli olması gerektiği
- Ahşap ve yeşili anımsatan renk ve tonların, doğayı anımsatan donatı elamanlarının daha cazip geldiği
- Logoların ve ana girişin görselliğinin büyük, güzel ve gösterişli olması gerektiği
- Oturma alanlarının rahatlığı, dizilişi, hareket ve dolaşım sisteminin önemi
- Akustik ve ses düzeyinin kontrollü olmasının önemi

Bu kriterler müşterinin kafe tercihinde etken bir rol oynamaktadır. Bu bulgular katılımcıların anket sorularının sonucuna göre ortaya çıkmıştır.

Afyonkarahisar'da yapılan üç kafe araştırması neticesinde düzene, akışa, vitrin dizaynına, oturma düzenlerine, müşteriye çekmek açısından logoların göz alıcı ve gösterişli olmasına, kafe konumunun önemine, tercih sebeplerinin arasında mutlaka bir iç mimari tarz ile döşenmiş olmasına, ışık, ses ve akustik düzeyinin dengeli olmasına dikkat edilmiştir.

## KAYNAKÇA

- 1901 Cafe & Bistro. (b.t). <https://www.nefisyemektarifleri.com/blog/bistro-ne-demek-bistro-brasserie-pub-cafe-restoran-farklari/> Nisan 15, 2023.
- Ağaçların yaşı nasıl hesaplanır. (b.t). Nisan 17, 2023, <https://www.milliyet.com.tr/cocuk/kultur-sanat/agaclarin-yasi-nasil-hesaplanir-6503517>
- Akrones Hotel. (b.t). Mayıs 1, 2023, [https://www.instagram.com/p/ClgbbIdIyn/?img\\_index=2](https://www.instagram.com/p/ClgbbIdIyn/?img_index=2)
- Altan, İ. (1993). *Mimarlıkta Mekân Kavramı*, İstanbul: Efe Akademi Yayınları.
- Aqua Brook Masif Orta Sehpa. (b.t). Nisan 17, 2023, <https://evka.com/products/aqua-brook-masif-orta-sehpa>
- Araz, A. (2007). *Kafelerde Mekân Örgütlenmesi: Trabzon Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İç Mimarlık Ana Bilim Dalı, Trabzon.
- Bajmaku, A. (2014). *Kahve Kültürü Ve Kahvehane Mekânlarının Sosyokültürel Ve Politik Yaklaşımlar İle Popüler Kültür Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Kosova Örneği*. (Doktora Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İç Mimarlık Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Bezmen, E. (2024). *Mimarlık İçin Aydınlatmanın Önemi*. <https://mimarobot.com/haber/genel-haber/mimarlik-icin-aydinlatmanin-onemi/>
- Bistro Ne Demek, Bistro, Brasserie, Pub, Café, Restoran Farkları. (b.t). <https://royalune.com/pages/cafe-restaurant-projects> Nisan 15, 2023,
- Cafe Ses Yalıtımı. (b.t). Mayıs 1, 2023, <https://www.teknofoam.com.tr/cafe-ses-yalitimi.html>
- Çopuroğlu, C. (2003). *İnsan-Çevre İlişkisi Çerçevesinde Yukarı Fırat Havzasında Halk Hekimliği*, Tübitak Hakemli Özgün Makale, 16.
- Dedeoğlu, M. (2021). *Kahve Kültürü Ve Kahve-Kafe Mekânları Üzerine Bir Analiz: Konya Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İç Mimarlık Ana Bilim Dalı, Konya.
- Divan Brasserie Bebek. (b.t). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Pastane> Nisan 15, 2023,
- Durmuş, E. (2010). *Kahve Kültürü Ekseninde Günümüz “Kafe”lerine-Nişantaşı Merkezli Bakış*. (Yüksek Lisans Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İç Mimarlık Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Endüstriyel Led Aydınlatma. (b.t). Nisan 20, 2023, <https://www.orjiled.com/endustriyel-led-aydinlatma.php>
- Gülyurt Pasta Cafe Restaurant. (b.t). Nisan 16, 2023, [https://www.google.com/search?q=afyon+g%C3%BClyurt+park+afyon&sca\\_esv#lpg=ik:CAoSLEFGMVFpcE5sblppVHIst2FRa1ZYcWZMXzdIUXIZS0IQWFVKLXhrLXIWYldG](https://www.google.com/search?q=afyon+g%C3%BClyurt+park+afyon&sca_esv#lpg=ik:CAoSLEFGMVFpcE5sblppVHIst2FRa1ZYcWZMXzdIUXIZS0IQWFVKLXhrLXIWYldG)
- Gün Işığı İle Doğal Aydınlatma. (b.t). Nisan 20, 2023, <https://www.ekoyapidergisi.org/gun-isigi-ile-dogal-aydinlatma>
- Gün Işığı İle Doğal Aydınlatma. (b.t). Nisan 22, 2023, <https://www.ekoyapidergisi.org/gun-isigi-ile-dogal-aydinlatma>
- Gündüzlü, E, B. (2021). *Yeme-İçme Mekânı Kategorilerinin Kullanıcıların Mekân Algısı Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gedik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İç Mimarlık Ve Çevre Tasarımı Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Güven, E. (2019). *Kafelerde Kullanıcı Memnuniyetinin Konfor Koşulları Açısından Değerlendirilmesi: Görükle / Bursa Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Uludağ Üniversitesi, Yapı Bilgisi Ana Bilim Dalı, Bursa.
- <https://www.tinbuilding.com/restaurants-and-bars/t-brasserie>

*Işık*. (b.t). Nisan 22, 2023, <https://tr.wikipedia.org/wiki/I%C5%9F%C4%B1k>

*Kafe Restoran Projeleri*. (b.t). <https://www.divan.com.tr/restoran/divan-brasserie-bebek>  
Nisan 15, 2023,

*Kafe*. (b.t). <https://cahveland.com/viyana-kahvesi/> Nisan 15, 2023,

*Kahvenin Türkiye'den Avrupa'ya Yayılması* (b.t). <https://www.lezzet.com.tr/lezzetten-haberler/osmanlida-kahve-kulturu> Nisan 13, 2023,

*Keyani Steak House*. (b.t). Mayıs 1, 2023, <https://img.restaurantguru.com/r50f-design-Keyani-Steakhouse.jpg>

*Keyani Steak House*. (b.t). Mayıs 1, 2023, <https://www.instagram.com/keyanisteakhouse/>

*Keyani Steak House*. (b.t). Mayıs 1, 2023, [https://yandex.com.tr/harita/org/keyani\\_steakhouse/141504571692/?ll=30.460524%2C38.790934&z=16](https://yandex.com.tr/harita/org/keyani_steakhouse/141504571692/?ll=30.460524%2C38.790934&z=16)

Kılıç, O. (2020). İç Mekânda Doku Etkisinin Kurgulanmasında Tasarımcı Yaklaşımlarının İncelenmesi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 18, 858-867.

*Kıraathane Kültürü ve Kahvehaneler*. (b.t).<https://nedir.ileilgili.org/kahve> Nisan 13, 2023.

*Kreatif Renk Sistemi, Dekoratif Yapay Taş Renk Alternatifleri*. (b.t). Nisan 19, 2023, <https://www.stonewrap.com/urunler/kultur-tasi/kreatif-renk-sistemi>

*Mimari Tasarım Süreçleri ve Etkileşimleri*. (b.t). Nisan 16, 2023, <https://mimaritasarimsurecveetkileşimleri.wordpress.com/2016/12/20/mimarlikta-mekan-algisi/>

*Mimaride Akustik*. (b.t). Nisan 23, 2023, <https://www.ekoyapidergisi.org/mimaride-akustik>

*Mimaride En Çok Kullanılan Yapı Malzemeleri*. (b.t). Nisan 16, 2023, <https://emsal.com/mimaride-en-cok-kullanilan-yapi-malzemeleri/>

*Mivan Restaurant Cafe*. (b.t). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Kafe> Nisan 15, 2023,

Narin, G. (2019). *Franchising Sistemli Fırın-Kafe Tasarımlarının Kullanıcının Mekân Algısına Etkisinin Araştırılması*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Fen Bilimler Enstitüsü, Mimarlık Ana Bilim Dalı, İstanbul.

*Nc Dünya Flor*. (b.t). <https://www.dunyafior.com/ic-mekan-kavrami#:~:text=%C4%B0%C3%A7%20mekan%2C%20i%C3%A7erideki%20mekan%20kavramla>  
r% C4%B1,y% C3%BCzeylerin% 20% C3%B6zellikleri% 20aras% C4%B1nda% 20farkl% C4%B1% C 4%B1klar% 20g% C3%B6r% C3%BClmektedir. Nisan 16, 2023,

Pakyürek, G. (2021). *İç Mimarlıkta Doku ve Desen Kullanım*. (b.t). Nisan 17, 2023, <https://gizempakyurek.com/blog/ic-mimarlikta-doku-ve-desen-kullanimi>

*Pastane*. (b.t). [https://www.tripadvisor.com.tr/LocationPhotoDirectLink-g293974-d13958609-i310589349-Mivan\\_Restaurant\\_Cafe-Istanbul.html](https://www.tripadvisor.com.tr/LocationPhotoDirectLink-g293974-d13958609-i310589349-Mivan_Restaurant_Cafe-Istanbul.html) Nisan 15, 2023,

*Renklerin Anlamı ve İnsanlar Üzerindeki Etkileri*. (b.t). Nisan 16, 2023, <https://slideplayer.biz.tr/slide/12019878/>

*Sehpa Ayağı Metal Yıldız Şeklinde Yan Sehpa Ayağı*. (b.t). Nisan 17, 2023, <https://www.abronya.com/sehpa-ayagi-metal/>

*The Brasserie*. (b.t). <https://www.themarlayhouse.com/about> Nisan 15, 2023,

*The Marlay House*. (b.t). <https://hotelthepublic.com/yeme--icme/1901-cafe--bistro> Nisan 15, 2023,

*The Populist Galataport*. (b.t). Nisan 22, 2023, <https://planlux.net/tr/projeler/gp-the-populist-galataport/>

*Viyana Kahve Kültürü ve Avrupa Kafeleri Üstündeki Etkisi*. (b.t). <https://www.bikahvearasi.com/kahvenin-turkiyeden-avrupaya-yayilmasi/> Nisan 13, 2023,

*Viyana Kahvesi ve Kültürü*. (b.t). <https://www.bikahvearasi.com/viyana-kahve-kulturu/>

Nisan 13, 2023,  
*Yenilenen Tarzıyla "Özsüt Premium.* (b.t). Mayıs 1, 2023, <https://www.afyonmagazin.com/2022/12/18/yenilenen-tarziyla-ozsut-premium/>  
Yoldaş, B. (2019). *Mekânların İzi: Psikoloji.* <https://www.gencimimarlar.com/post/mekanlar%C4%B1n-i-zi-psikoloji> (Erişim Tarihi: 16.04.2023).



## EKLER

### Ek-1: Anket Formu

Bu araştırmada ‘‘Kullanıcı İhtiyaçlarının Değerlendirilmesi Sonucunda Bir Kafe İç Mekân Tasarımı Önerisi’’ adlı tez konusunu araştırmak için Afyon Kocatepe Üniversitesi Sanat ve Tasarım programında Doç. Dr. Mehmet SARIKAHYA danışmanlığında yüksek lisans öğrencisi Burcu GÜLTAŞ tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu amaçla aşağıda yer alan sorular hazırlanmıştır. ÇalıŐmaya isim vermeden katılmıŐ olacağınızı ve vereceğiniz bilgilerin bilimsel amaçlı olarak kullanılacağını belirtir, Őimdiden teŐekkür ederiz.

KİŐİSEL BİLGİLER						
1	Cinsiyetiniz	Erkek ( )	Kadın ( )			
2	YaŐınız	18-24 ( )	25-31 ( )	32-38 ( )	39-45 ( )	46 ve Üstü ( )
3	Öğrenim Durumunuz	İlköğretim ( )	Lise ( )	Üniversite ( )	Yük. Lisans ( )	Doktora ( )

SORU NO		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Kafelerde kullanılan aydınlatma elemanlarının insan psikolojisi üzerine etkisi vardır.					
2	Kafelerde yer alan tavan ve duvar aydınlatma elemanları müşteri üzerinde ferahlık etkisi yaratır.					
3	Kafelerde ki gün ışığı, mekân için yeterlidir.					
4	Kafelerde yoğun, doğrudan kullanılan ışık insan üzerinde gerginlik etkisi oluşturur.					
5	Kafelerde aydınlatma konumları müşterilerin arasındaki ilişkiyi etkinleştirmektedir.					
6	Kafelerde kullanılan aydınlatma elemanlarının, Şiddeti, parlıltı düzeyi ve ışık düzeyi insan sağlığının üzerinde etkisi vardır ve rahatsız edicidir.					
7	Asma katlarda mutlaka spot ışıklar kullanılmalıdır.					
8	Kafelerde kullanılan koyu renk aydınlatmalar psikolojiyi olumlu olarak etkilemektedir.					
9	Kafelerde kullanılan açık renk aydınlatmalar psikolojiyi olumlu olarak etkilemektedir.					
10	Gizli Şerit aydınlatmalar dolaylı yoldan ışık yaydıkları için göz yormazlar.					
11	Zemin aydınlatmaları karanlık ortamlarda iyi bir yön vericidir.					

12	Doğru bir ışıklandırma yapılmış bir mekânda dokulu bir yüzeye sahip bir duvar, ışığın yönüne göre daha derinalgılanabilir.					
13	Koyu renk mobilyalar gerginlik hissi uyandırır.					
14	Açık renk mobilyalar ferahlık hissi uyandırır.					
15	Kafelerde kullanılan mermer yüzeyler negatif bir etki yaratır.					
16	Kafelerde kullanılan ahşap yüzeyler pozitif bir etki yaratır.					
17	Üç boyutlu malzemeler dokunma hissi uyandırır.					
18	Doğal taşlar, sıcaklık ve doğallık verir.					
19	Kış bahçelerinde kullanılan ahşap ve yeşil tonları doğada olma hissiyatı uyandırır.					
20	Metal malzemeler soğuk bir his yaratır.					
21	Tavan ve duvar ahşap süslemeleri mekâna zenginlik katar.					
22	Aynı malzemelerin tüm yüzeylerde kullanılması boğucu bir etki yaratır.					
23	Franchise tarz kafelerin alışılmadık tarzda ki duvar kâğıtları iyi bir reklam aracıdır.					
24	Sade, şık, düz ve renk karmaşası olmayan duvar kâğıtları huzur ve sakinlik verir.					
25	Geniş ölçekli desenli duvar kâğıtları mekâna derinlik katar.					
26	Açık renkler mekânda huzur ve sakinleştirici bir etki yaratır.					
27	Yüzeylerin farklı renk olması malzemeye ve mekâna netlik katar.					
28	Yatay renkler genişlik, düşey renkler yükseklik hissi verir.					
29	Sert renkler daha olduğundan uzak, sıcak renkler daha yakın algılanır.					
30	Modern tarz kafelerde ki eşyalar basit ve işlevsel olması nedeniyle tercih edilen tarzdır.					
31	Klasik tarz kafeler geçmişi anımsatır ve nostaljik bir hava verir.					
32	Eski tarz ürünler yaşanmışlık hissiyatı verir.					
33	Kafe tavanlarında asma katlar kullanılmalıdır.					
34	Kafelerde oturma alanlarının dizilişi önemlidir.					
35	Kafelerde oturma alanları çok rahat olmalıdır.					
36	Kafeler yüksek katlı olmalıdır.					
37	Kafe mekânlarında ki oturma alanlarında cam kenarları veya manzaralı yerler daha fazla tercih edilir.					
38	Islak hacimler zemin katta olmalıdır.					
39	Akustik ve gürültü düzeyi daha fazla kontrol edilmelidir.					
40	Kafelerde ki iç mekânlarda mimari tarzlardan birisi mutlaka kullanılmalıdır.					
41	Kafelerde siyah profil veya çıtalar mutlaka kullanılmalıdır.					
42	Kafe iç mekânlarında ki alanlar bölücülerle ayrılmalıdır.					
43	Kafelerde ana girişler geniş olmalıdır.					
44	Kafelerde ana girişler yüksek olmalıdır.					
45	Kasa ve vitrinin tasarımı lüks olmalıdır.					
46	Kafe zemininde farklı malzeme kaplamaları kullanılmalıdır.					

47	Tavan ile duvar arasında mutlaka bağlantı olmalıdır.					
48	Tavan tasarımı ile zemin ilişkili olmalıdır.					
49	Kafelerde mimari tarz benim için en belirgin tercih sebebidir.					
50	Kafelerde sade tasarımlar tercih edilmelidir.					
51	Kafelerde karma ve karmaşık tasarımlar tercih edilmelidir.					
52	Kafelerde sıra dışı tasarımlar tercih edilmelidir.					
53	Kafelerde yapılan hareket ve dolaşım sistemi önemlidir.					



## **Ek 2: Etik Kurul Onayı**

