

**T.C.  
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**BUTİK ANLAYIŞIYLA HİZMET SUNAN KÜÇÜK  
OTELLERİN SORUNLARI VE PERFORMANSLARINA  
ETKİLERİ: SULTANAHMET ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Meral AKYÜZ**

**Enstitü Anabilim Dalı : Turizm İşletmeciliği  
Enstitü Bilim Dalı : Turizm İşletmeciliği**

**Tez Danışmanı: Doç. Dr. Orhan BATMAN**

**HAZİRAN-2010**

T.C.  
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**BUTİK ANLAYIŞIYLA HİZMET SUNAN KÜÇÜK  
OTELLERİN SORUNLARI VE PERFORMANSLARINA  
ETKİLERİ: SULTANAHMET ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

Meral AKYÜZ

**Enstitü Anabilim Dalı : Turizm İşletmeciliği  
Enstitü Bilim Dalı : Turizm İşletmeciliği**

Bu tez 22/06/2010 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Orhan BATMAN

**Jüri Başkanı**

Kabul

Red

Düzeltme

Yrd. Doç. Dr. Hayrettin ZENGİN

**Jüri Üyesi**

Kabul

Red

Düzeltme

Yrd. Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY

**Jüri Üyesi**

Kabul

Red

Düzeltme

## **BEYAN**

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

22/06/2010

Meral AKYÜZ

## ÖNSÖZ

Bu çalışma, konaklama sektöründe yeni bir tür olan butik otel işletmelerinin konaklama işletmeleri içerisindeki yerini belirleyerek butik anlayışıyla hizmet sunan küçük otellerin ortaya çıkan sorunlarını tespit etmek için hazırlanmıştır. Hazırlanan bu çalışma ile hem ülkemizdeki diğer önemli turistik destinasyonlar üzerine yapılabilecek benzer çalışmalara rehberlik etmek hem de akademik alana katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

Çalışmamın başlangıç aşamasından son halini alana kadar geçen zaman diliminde benden bilgisini, tecrübesini ve desteğini esirgemeyen tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Orhan BATMAN'a, aynı zamanda akademik gelişmeye yaptıkları katkılardan dolayı Sakarya Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve İşletme bölümü hocalarıma ve araştırmanın uygulanması ve analizlerimin yapılması aşamasında bana yol gösteren hocam Sayın Doç. Dr. Şevki ÖZGENER'e, değerli zamanlarını ayırarak görüşme talebimi kabul eden, ÖZBİ Yönetim Kurulu Başkanı Deniz DUYAR ve ÖZBİ Yönetim Kurulu Üyesi Genel Sekreter'i Adnan MORDENİZ'E ve anketlerin uygulanmasında yardımcı olan tüm otel işletmeleri yönetici ve iş görenlerine, saygılarımı ve en içten teşekkürlerimi sunuyorum.

Son olarak, bu zorlu çalışma sürecinde bana gerek düşünsel gerek manevi olarak yardımcı olan değerli arkadaşlarıma teşekkürü bir borç bilerek, bu zorlu çalışma sürecinde hep yanımda olan, sevgi ve desteklerini benden bir an olsun esirgemeyen, beni bu günlere getirerek mesleki hayatımda gideceğim yol için ışık tutan ve doğru bir tercih yapmama aracı olan Sevgili annem Ayşe AKYÜZ ve babam Selahattin AKYÜZ'e, kardeşlerim Metin, Ahmet ve Mehmet AKYÜZ'e çalışmamı ithaf ediyorum.

Meral AKYÜZ

Sakarya, 2010

## İÇİNDEKİLER

<b>KISALTMALAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>TABLO LİSTESİ .....</b>	<b>v</b>
<b>ŞEKİL LİSTESİ.....</b>	<b>vi</b>
<b>ÖZET.....</b>	<b>vii</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>viii</b>
<b>GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
<b>BÖLÜM 1: KONAKLAMA SEKTÖRÜNÜN TURİZM ENDÜSTRİSİ İÇİNDEKİ</b>	
<b>YERİ VE GENEL DURUMU .....</b>	<b>4</b>
1.1. Turizm Endüstrisi.....	4
1.2. Turizm İşletmeleri.....	5
1.3. Konaklama İşletmeleri .....	7
1.3.1. Konaklama İşletmelerinin Özellikleri.....	9
1.3.2. Konaklama Sektörünün Gelişimi.....	10
1.4. Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması .....	12
1.4.1. Konaklama İşletmelerinin Genel Sınıflandırılması .....	13
1.4.2. Türk Turizm Mevzuatına Göre Yasal Sınıflandırma.....	19
1.4.3. Belediye Belgeli Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması.....	33
<b>BÖLÜM 2: BUTİK ANLAYIŞIYLA HİZMET SUNAN KÜÇÜK OTEL</b>	
<b>İŞLETMELERİ .....</b>	<b>34</b>
2.1. Butik Otel Tanımı, Anlamı ve Özellikleri.....	34

2.2. Butik Otellerin Turizm Sektöründeki Yeri ve Önemi.....	40
2.3. Butik Otel Kavramı ve Benzer Diğer Otelcilik Türleri ile İlişkisi.....	41
2.3.1. Dünya Literatüründe Butik Otel .....	41
2.3.2. Türkiye’de Butik Otel Kavramı ve Bu Kavramla Karıştırılan Diğer Otelcilik Türleri .....	43
2.3.2.1. Türkiye’de Özel Tesisler ve Butik Otel İlişkisi.....	45
2.3.2.2. Küçük Oteller ve Butik Otel İlişkisi .....	46
2.4. Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerde Temel Bölümler.....	50
2.4.1. Yönetim Bölümü .....	54
2.4.2. Odalar Bölümü.....	56
2.4.3. Yiyecek-Bölümü.....	60
2.4.4. Pazarlama Bölümü.....	63
2.5. Türkiye’de Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerin Sorunları.....	66
2.5.1. Örgütlenme ve Yönetim Sorunları.....	66
2.5.2. Çalışanlarla İlgili Sorunlar.....	68
2.5.3. Finansal Sorunlar .....	69
2.5.4. Pazarlamayla İlgili Sorunlar .....	70
2.5.5. Fiziki Yapıyla İlgili Sorunlar.....	71
<b>BÖLÜM 3: YÖNTEM VE SAHA ARAŞTIRMASI.....</b>	<b>74</b>
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi .....	74
3.2. Araştırmanın Yöntemi.....	74
3.2.1. Araştırmanın Evreni .....	75
3.2.2. Araştırmanın Kısıtları .....	78

3.2.3. Anket Formunun Niteliği.....	79
3.3. Araştırma Bulguları ve Değerlendirilmesi.....	80
3.3.1. Demografik Bulgular.....	80
3.3.1.1. Araştırmaya Konu Olan İşletmelerin Özellikleri.....	80
3.3.1.2. Araştırmaya Konu Olan İşletmelerin Yöneticilerinin Demografik Özellikleri.....	83
3.3.2. Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerde Yaşanan Sorunlara İlişkin Temel Araştırma Bulguları.....	85
3.3.3. Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerin Performans Düzeylerini Ölçmeye Yönelik Soruların Sonuçları.....	91
3.3.4. Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerde Yaşanan Sorunlara Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	92
3.3.5. Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otel İşletme Sorunlarının Performans Üzerindeki Etkileri.....	99
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>103</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>108</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>115</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>146</b>

**KISALTMALAR**

<b>ABD</b>	:	Amerika Birleşik Devletleri
<b>IHRA</b>	:	Uluslar arası Otel ve Restoran Birliği (International Hotel and Resort Association)
<b>KOBİ</b>	:	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
<b>OHRG</b>	:	Resmi Otel ve Resort Rehberi
<b>ÖZBİ</b>	:	Özel Belgeli ve Özel Nitelikli Oteller ve İşletmeciler Birliği
<b>TUROB</b>	:	Turistik Otelciler Birliği
<b>WTO</b>	:	Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organisation)



## TABLO LİSTESİ

<b>Tablo 1:</b> Büyüklüklerine Göre Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması.....	17
<b>Tablo 2:</b> Türk Turizm Mevzuatına Göre Turizm Tesislerinin Sınıflandırılması .....	20
<b>Tablo 3:</b> Türlerine ve Sınıflarına Göre Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı .	32
<b>Tablo 4:</b> Tesis Türlerine Göre Belediye Belgeli Konaklama Tesisi, Oda ve Yatak Sayısı	33
<b>Tablo 5:</b> Türkiye’deki Butik Otellerin Sayısı.....	44
<b>Tablo 6:</b> Butik Otel, Özel Tesis ve Küçük Konaklama İşletmeleri Arasındaki Farklar ve Benzerlikler .....	73
<b>Tablo 7:</b> Anketi Cevaplayan İşletmelerin Özellikleri .....	82
<b>Tablo 8:</b> Anketi Cevaplayan Yöneticilerin Demografik Özellikleri .....	84
<b>Tablo 9:</b> Katılımcıların Görüşlerinin Frekans ve Yüzde Dağılımları .....	87
<b>Tablo 10:</b> Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerdeki Sorunların Performans Üzerindeki Etkilerini Ölçmeye Yönelik Katılımcıların Görüşleri .....	92
<b>Tablo 11:</b> Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerin Sorunlarına Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	94
<b>Tablo 12:</b> Değişkenlere İlişkin Korelasyonlar, Aritmetik ortalamalar ve Standart Sapmalar ve Cronbach’s Alpha Değerleri.....	100
<b>Tablo 13:</b> Küçük Otel İşletmelerinin Sorunlarının İşletme Performansı Üzerindeki Etkilerine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları.....	102

## ŞEKİL LİSTESİ

<b>Şekil 1:</b> Konaklama İşletmelerinin Genel Olarak Sınıflandırılması .....	18
<b>Şekil 2:</b> Butik Otellerin Tanımı .....	39
<b>Şekil 3:</b> Küçük Bir Otelin Organizasyon Şeması .....	51
<b>Şekil 4:</b> Özel Tesis Organizasyon Şeması .....	51
<b>Şekil 5:</b> Uygulamadaki Zincir Bir Turizm İşletmesinin Butik Otel Organizasyon Şeması	52
<b>Şekil 6:</b> Butik Otel Organizasyon Şeması .....	53

## SAÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü

## Yüksek Lisans Tez Özeti

**Tezin Başlığı:** “Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerin Sorunları ve Performanslarına Etkileri: Sultanahmet Örneği”

**Tezin Yazarı:** Meral AKYÜZ

**Danışman:** Doç. Dr. Orhan BATMAN

**Kabul Tarihi:** 22/06/2010

**Sayfa Sayısı:** viii (Ön kısım) + 114(Tez) + 37 (Ek.)

**Ana Bilim Dalı:** Turizm İşletmeciliği

**Bilim Dalı:** Turizm İşletmeciliği

Günümüzde turizm sektöründe konaklama ihtiyacını karşılamak için farklı tür ve nitelikte birçok işletme faaliyet göstermektedir. Modüler (küçük ve kolay yönetilebilen) bir nitelik arz eden butik otel işletmeleri de müşteriye kişiselleştirilmiş kaliteli hizmet sunarak turizm sektöründe değer yaratmada önemli bir işlev üstlenmektedir. Bu noktadan hareketle, çalışmanın amacı butik anlayışıyla hizmet sunan küçük otel işletmelerinin temel sorunlarını belirleyerek, bu sorunların işletme performansı üzerindeki etkilerini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda İstanbul Sultanahmet destinasyonundaki 214 farklı tür ve nitelikteki küçük otel işletmesi üzerinde bir alan araştırması yapılmıştır. Açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, küçük otel işletmelerinin temel sorun alanları *işgücü devri, kurumsallaşma, finansal ve pazarlama sorunları, personel seçimi, internet kullanımı, bürokratik yapı, personel tedariki ve ücret sorunu, pazar araştırması ve tutundurma sorunları olarak belirlenmiştir*. Korelasyon analizi sonuçlarına göre ise işgücü devri, finansal ve pazarlama sorunları ve bürokratik yapı ile küçük otellerin performansı arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın, kurumsallaşma, personel seçimi, internet kullanımı, pazar araştırması ve tutundurma ile küçük otellerin performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu gözlenmiştir. Ayrıca regresyon analizi sonuçlarına göre finansal ve pazarlama sorunlarının küçük otellerin performansı üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ancak kurumsallaşma, personel seçimi ve internet kullanımının küçük otel performansı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Son olarak tespit edilen sorunlara yönelik çeşitli öneriler sunulmuş ve gelecekte bu konuda araştırma yapacak kişilere bazı önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Butik Otel, Konaklama İşletmeleri, Küçük Ölçekli Konaklama İşletmeleri, Sultanahmet Destinasyonu

**Sakarya University, Insitute of Social Scineces Abstract of Master's Thesis**

**Title of the Thesis:** The Problems of Small Hotels Serve on Conception of Boutique and Effects on Their Performance: The Case of Sultanahmet

**Author:** Meral AKYÜZ

**Supervisor:** Assoc. Prof. Dr. Orhan BATMAN

**Date:** 22/06/2010

**Nu. of Pages:** viii (Pre Text) +114 (main body) + 37 (App.)

**Department:** Tourism Management **Subfield:** Tourism Management

Nowadays, there are many enterprises active in meeting the accomodation need which are different in classification and qualification. By giving customized quality to the customer, the boutique hotel business which has a modular (small or easy administrated) feature is taking an important function in creation of value in tourism industry. From that point, the goal of the research is to determine the basic problems of the small hotels serve on conception boutique and to examine the effects of these problems on business performance. On this purpose a field survey was done on 214 different type and quality small hotels enterprises in İstanbul Sultanahmet destination. According to explanatory factor analysis, the basic problem fields of the small hotels are; labour force circle, institutionalization, financial and marketing problems, selection of personel, internet utilization, bureacratic structure, personel supply and salary problem, market search and stability. Opposite of that it was observed that there is a possitive way relation between institutionalization selection of personel, internet utilization, market search and stability and small hotel performance. And also, according to regression analysis, it was determined that financial and marketing problems have a negative effection on small hotels performance. Nevermore, it was concluded that institutionalization, selection of personnel, internet utilization have a possitive effect on small hotels performance.. As a result, several offers were presented for the determined problems and given some advise for those people who will do resaerch about this subject in future.

<p><b>Keywords:</b> Boutique Hotel, Accomodation Enterprises, Small Scall Enterprises, Sultanahmet Destination</p>

## GİRİŞ

Geçmişten günümüze yaşama ve seyahat alışkanlıkları değiştikçe konaklama işletmeleri de değişmiş, gelişmiş, yeni açılımlar göstermiş; bunların paralelinde de yeni tanımlamalar ve sınıflandırma yöntemleri ortaya çıkmıştır. Ne var ki konaklama işletmeleri de insanların istek ve ihtiyaçları gibi çok çeşitlilik göstermektedir ve genel tanımlamalar, sınıflandırmalar yapmak kolay olmamıştır.

Tarihi ve mimari yapısıyla ön planda olan destinasyonlarda kişiye özel ve kaliteli hizmet sunumu ile butik otel işletmeleri yeni bir kategori olarak karşımıza çıkmaktadır. Butik otel; farklı mimari yapısı, az sayıda odası ve beş yıldız otel standartlarında misafirlerine sunduğu kişisel hizmet ile ön plana çıkan konaklama işletmeleridir. Butik otel işletmecilerinin temel hedefi, otelde sıcak ve samimi bir ortam yaratarak gelen misafire kendini evinde hissettirebilmektir. Kişilerin her türlü ihtiyacı kaliteli bir hizmet sunumu ile karşılanarak müşteri memnuniyeti arttırılmaya çalışılmaktadır.

İstanbul'un ilk yerleşim yerlerinden olan Sultanahmet destinasyonu ise tarihte birçok imparatorluğa ev sahipliği yapması ve bu imparatorluklardan günümüze kalan eserler bulundurması özelliğiyle ön plandadır. Birçok tarihi, dini ve kültürel eserler bu bölgede görebileceğimiz başlıca çekiciliklerdir. Bu özelliğiyle aynı zamanda Türkiye turizminin de başkenti sayılmaktadır. Bölge aynı zamanda gelen turistleri ağırlamak için hizmet veren çeşitli özellikteki konaklama işletmeleriyle de dikkat çekmektedir. Bölgenin tarihi ve doğal yapısına zarar vermeden inşa edilen oteller, geleneksel konaklama işletmeleri dışında farklı kategorideki otel işletmelerini de ön plana çıkarmıştır.

### **Çalışmanın Amacı ve Önemi**

İnsanlar, tarih boyunca çeşitli neden ve amaçlarla buldukları yerin dışındaki başka coğrafi yerlere hareket etmişlerdir. İnsanların yer değiştirmelerinden doğan geçici konaklama ihtiyacı da bir şekilde giderilmeye çalışılmıştır. Hanlar ve kervansaraylar olarak gözlenen ilk konaklama işletmeleri zaman içerisinde değişme ve gelişme göstermiştir. Ulaşım olanaklarının dünyanın her yerinde daha kullanışlı hale gelmesi ile seyahatler artmış, seyahatlerin artmasıyla beraber kişilerin konaklama ihtiyacını gidermek amacıyla çeşitli otel ve moteller kurulmaya başlanmıştır. Önceleri sadece geceleme ihtiyacını karşılayan konaklama işletmeleri günümüze gelindiğinde, değişen

turizm eğilimleri, turist taleplerindeki farklılaşma, ağırlaşan rekabet koşulları karşısında ürün farklılaştırmak zorunda kalmışlardır. Günümüzde artık konaklama ihtiyacının karşılandığı farklı tür ve nitelikte birçok konaklama işletmesi faaliyet göstermektedir. Yeni bir tür olan butik otel işletmeleri de bu noktadan hareket ederek kişiye özel ve kaliteli hizmet sunumu ile turizme fark katmaya başlamıştır.

Seyahat edenlerin ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda konaklama işletmeleri çeşitlilikler göstermiş; bu çeşitlilikler sonucu da konaklama işletmelerini kategorilere ayırma ihtiyacı doğurmuştur. Ne var ki konaklama işletmeleri de insanların istek ve ihtiyaçları gibi çok çeşitlilik göstermektedir ve bu yüzden genel tanımlamalar, sınıflandırmalar yapmak kolay olmamıştır.

Bu araştırmanın amacı; Türk turizm endüstrisinde yeni bir kategori olan butik otel kavramının geleneksel otel sınıflandırmaları içindeki yerini belirlemek ve butik anlayışıyla hizmet sunan küçük otellerin sorunlarını saptayarak, bu sorunların performanslarına olan etkilerini incelemektir.

Bu amaçla, geleneksel konaklama sınıflandırma yöntemlerine ve konaklama işletmeleri kategorilerine değinilmiş; dünya genelinde ve Türkiye’de butik otel sınıflandırmasının anlamı açıklanmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte, özellikle Sultanahmet ve çevresinde butik otel olarak nitelendirilen küçük ölçekli konaklama işletmesi statüsündeki tesislerin uygulamaları incelenmiş, ve bu kapsamda bu türdeki konaklama işletmelerinde yaşanan sorunlar üzerinde durulmuştur.

### **Çalışmanın Yöntemi**

Bu çalışmada saha araştırması yapılmış ve veri elde etme yöntemi olarak da anket tekniği kullanılmıştır. Sultanahmet destinasyonundaki butik anlayışıyla hizmet sunan küçük otellerin yöneticilerine yönelik hazırlanan anket çalışmasıyla çeşitli sorular sorularak yöneticilerin görüşleri alınmış ve bu görüşler doğrultusunda bulgulara ulaşılmaya çalışılmıştır.

### **Çalışmanın Planı**

Bu çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde turizm endüstrisinin tanımı yapılarak, turizm işletmelerinden konaklama işletmeleri özellikleri

ve türleriyle açıklanmıştır. İkinci bölümde, butik otel kavramı anlamlandırılmaya çalışılarak, diğer benzer otelcilik türleriyle olan ilişkisi ile geleneksel otel sınıflandırmaları içindeki yeri üzerinde durulmuştur. Son bölümde ise İstanbul Sultanahmet destinasyonu örnek alan çalışmasına konu olarak alınmış ve bu bölgede yer alan otel işletmelerinde yapılan araştırma sonucu elde edilen bulgular yorumlanmaya çalışılmıştır.



# BÖLÜM 1: KONAKLAMA SEKTÖRÜNÜN TURİZM ENDÜSTRİSİ

## İÇİNDEKİ YERİ VE GENEL DURUMU

Bu bölümde turizm endüstrisinin tanımı yapılarak, turizm işletmelerinden konaklama işletmeleri özellikleri ve türleriyle açıklanmaya çalışılmıştır.

### 1.1. Turizm Endüstrisi

İnsanlar, tarih boyunca çeşitli neden ve amaçlarla buldukları yerin dışındaki başka coğrafi yerlere hareket etmişlerdir. Bu yer değişimleri sırasında, ulaşım olanaklarından faydalanılmış ve varılan yerdeki konaklama birimleri kullanılmıştır. Bu yer değiştirme olayı çeşitli dillerde değişik kavramlarla ifade edilmeye çalışılmıştır fakat son olarak mutabık kalınan bu hareketin ifade edilen şekline “turizm” denilmiştir.

Turizm kavramının kökeni, Latince’de kelime anlamıyla dönme hareketini ifade eden “tornus” sözcüğünden gelmiştir. İngilizce’de “touring” deyimini ile “tour” deyimleri bu sözcükten türetilmiştir. “Tour” dairesel bir hareketi, bazı site veya yörelerin ziyaretini, iş ve eğlence amacıyla yapılan yer değiştirme hareketini ifade eder. “Touring” deyimini ise, zevk için yapılan eğitsel ve kültürel özellik gösteren seyahatler için kullanılır. Kısacası, “tour” hareket edilen yere dönmek şartıyla yapılan kısa veya uzun süreli seyahatleri ifade eder (Kantaracı, 2009:21).

Turizm olayını veya kavramını tanımlamak amacıyla yapılan çalışmalar, ondokuzuncu yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır. Olayın değişik yönlerine farklı derecede önem veren yazarlar, değişik tanımlar yapmışlardır.

Turizmin ilk tanımı 1905 yılında Guyer Fueller tarafından yapılmıştır. Guyer- Feuler, turizmi “gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteği, doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan, özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak, ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren modern çağa özgü bir olay” olarak tanımlamıştır (Akat, 1997:3). Çağdaş turizm kavramının tanımı ise, ilk olarak İkinci Dünya Savaşı döneminde İsviçreli ekonomistler Walter Hunziker ve Kurt Krapf tarafından yapılmıştır. Onlara göre: “turizm, insanların sürekli çalışma ve konutlarının bulunduğu yer dışında

yaptıkları seyahat ve konaklamalarından meydana gelen ilişki ve olayların tümü” dır (www.wikipedia.org).

Endüstri olarak; turizm, insanların sürekli konutlarının bulunduğu yer dışında sürekli olarak yerleşmemek, sadece para kazanmak veya politik ya da askeri bir amacı izlememek üzere; serbest bir ortam içinde, iş, merak, din, sağlık, spor, dinlenme eğlence, kültür, deneyim kazanma, snobik amaçlarla veya dost ve akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılmak gibi nedenlerle, kişisel veya toplu olarak yaptıkları seyahatlerden, gittikleri yerlerde 24 saati aşan veya o yerin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme süresi ile konaklamalarından ortaya çıkan iş ve ilişkileri kapsayan, bir tüketim olayı, sosyal bir olay, ağır-bütünleşmiş bir hizmet ve kültür endüstrisidir (Kantarıcı, 2009:21).

Turizm endüstrisi, bir iktisadi faaliyet olarak, yabancıların ziyaretlerinden doğan faydaya yöneliktir. Bu endüstri, kar amacı gütmeyen turizm organizasyonları, pazarlama hizmetleri, konaklama, ulaştırma hizmetleri, yiyecek ve içecek faaliyetleri, perakende satış mağazaları ve diğer çeşitli etkinlikleri gibi birbirinden farklı hizmetleri ve faaliyetleri bir şemsiye altında toplayan, koruyucu, uyarıcı ve sürükleyici bir endüstridir (Olalı ve diğ., 1989).

Ulaşım ve teknolojiadaki gelişmeler, refah düzeyinin artması ve insanların yurtdışını görme arzusu turizm endüstrisinin hızlı bir şekilde değişim ve gelişme göstermesine neden olmuştur. Turizm endüstrisiyle beraber yabancı gelirin artması ve sağladığı geniş ölçüdeki istihdam hükümetlerinde kendi ülkelerindeki turizme daha çok önem vermelerine ve yeni destinasyonlar geliştirmelerine neden olmuştur (Fennell ve Ebert, 2004:461).

## **1.2. Turizm İşletmeleri**

Kar amacıyla, ölçülebilir karşılıklarla sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve sosyo-psikolojik gereksinimleri rasyonel bir biçimde doyumak için ekonomik girdiler yanında ekonomik anlamda değeri olmayan doğal, toplumsal, kültürel ve arkeolojik değerlerinde kullanıldığı; tekniğe, araştırmaya, organizasyona, planlama ve programlamaya ve daha

çok insan emeğine dayanarak yürütülen etkinliklerin tümünü oluşturan ekonomik birimlere turizm işletmesi denilmektedir (Usal ve Kurgun, 2001:5).

Yine turizm işletmeleri, geçici bir süre için yer değiştirme olayının meydana getirdiği seyahat ve konaklama ihtiyaçlarının ve buna bağlı diğer ihtiyaçların karşılanmasına yarayan mal ve hizmetlerin üretilmesini ve pazarlanmasını sağlayan ekonomik birimler olarak tanımlanabilir (Batman, 2008a:16). Kısacası turistik mal ya da hizmet üreten veya bunları pazarlayan ticari kuruluşlar, turizm işletmeleri olarak tanımlanabilir (Halis, 2009:41).

Turizm işletmeciliği, ekonomik amaçlarla kurulan ve insanın turizm olayı içindeki gereksinimlerini karşılamaya yönelik üretim ve pazarlama faaliyetleri gösteren birimlerin yönetimi, organizasyonu ve benzeri tüm işlevlerini inceleyen işletmecilik biliminin bir uygulama alanıdır.

Turizm olayının zamanla gelişmesi ve giderek karmaşık bir yapı kazanması, çok sayıda ve farklı özelliklerde işletmenin kurulmasına ve gelişmesine yol açmaktadır. Turizm talebini oluşturan nedenlerin çeşitlilik göstermesi kaçınılmazdır. Bu nedenle, turizm işletmesi olarak tanımlanan ve birbirinden oldukça farklı nitelikler taşıyan işletmelerin incelenebilmeleri için sınıflandırılmaları ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Fakat sınıflandırma yapmanın da önemli güçlükleri bulunmaktadır. Turizm olayının karmaşıklığı ve işletmelerin birbirinden çok önemli farklılıklar göstermesi bu güçlüklerin ana kaynağını oluşturmaktadır. Bununla beraber, turizm işletmelerinin çeşitli açılardan sınıflandırılması olanağı bulunmaktadır (Halis, 2009: 42-43).

1. Turizm işletmeleri, turizme doğrudan hizmet eden işletmeler ve dolaylı olarak hizmet eden işletmeler olmak üzere iki gruba ayrılabilir. Doğrudan hizmet eden turizm işletmeleri konaklama, yeme-içme, seyahat, ulaştırma, rekreasyon-animasyon ve deniz turizmi işletmeleridir. Dolaylı hizmet eden işletmeleri ise aşağıda yer aldığı gibi sıralamak mümkündür;

- Turizmle İlgili Çeşitli Ürünleri Üreten İşletmeler: Seyahat ve tatil özel giysileri, hatıra ve hediyelik eşya vb.
- Turizme Bağımlı Ticari İşletmeler: Havaalanları, liman ve istasyonlarda ve tatil beldelerinde çeşitli tüketim mallarını satan perakendeci işletmeler vb.

- Turizmle İlgili Özel Hizmetleri Üreten İşletmeler: Döviz büroları, çevirmenlik ve rehberlik hizmetleri, yüzme-dalış-tenis öğretmenliği hizmetleri vb.
- Turizmi Tanıtma ve Reklâmcılık İşletmeleri

2. Yapılan faaliyetin üretime veya pazarlamaya yönelik olmasına bakılarak turizm işletmeleri, turizm mal ve hizmetlerini üreten ve bunları pazarlayan işletmeler olarak ikiye ayrılabilir.

3. İşletmelerin faaliyet gösterdiği alan dikkate alınarak ulusal turizm işletmesi ve uluslar arası turizm işletmesi ayrımı da yapılabilir.

4. Turizm işletmelerinin mülkiyeti esas alınarak özel, kamu ve karma turizm işletmeleri şeklinde de bir ayırım yapılabilir.

5. Diğer bir sınıflandırma da turistlerin temel gereksinimlerinin karşılanması dikkate alınarak yapılan altılı sınıflamadır. Bunlar;

- Ulaştırma işletmeleri,
- Konaklama işletmeleri
- Yiyecek-içecek işletmeleri,
- Seyahat işletmeleri,
- Rekreasyon ve animasyon işletmeleri,
- Deniz turizmi işletmeleri olarak sınıflandırılabilir.

### **1.3. Konaklama İşletmeleri**

Geçmişten günümüze değin içerik değiştiren konaklama işletmeleri genel olarak seyahat eden insanların barınma, yeme-içme ve diğer ihtiyaçlarını gideren birimler olarak kabul edilmiştir. Bir hizmet işletmesi olan konaklama işletmeleri, hizmet sektörünün bütün özelliklerini taşımakla birlikte birçok tanım da yapmak mümkündür.

Konaklamanın geçmişi insanlık tarihi kadar eskidir. Bu açıdan konaklama işletmeleri kavramı için tatmin edici bir tanımın yapılması konusundaki çalışmaların uygun bir geçmişe sahip olduğunu söylemek mümkündür. Konaklama sektörünü kendilerine

meslek olarak seçmiş ve konaklama işletmeciliğinin belirli teknik, ekonomik, sosyal ve psikolojik koşullarını sağlamış olan müteşebbisler, konaklama işletmesi kavramının başkaları tarafından haksız olarak kullanılmasını önlemek ve bu doğrultuda konaklama işletmesi kavramının yasal bir çerçeve içerisinde korunmasını arzu etmişlerdir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayımlanan 2634 sayılı “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik” hükümleri çerçevesinde konaklama işletmeleri, asıl fonksiyonları müşterinin geceleme ihtiyacını sağlamak olan, bu hizmetin yanında yeme-içme, spor ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri bünyelerinde bulduran tesisler olarak tanımlanmıştır (Resmi Gazete, 2005a).

Uluslar arası Turizm Akademisinin tanımına göre; “konaklama işletmeleri, turistlerin seyahatleri süresince belli bir ücret karşılığında konaklayabilecekleri ve beslenme ihtiyaçlarını devamlı olarak karşılayabilecekleri işletmelerdir”(Batman, 2008a:25).

Yapısı, teknik donanımı, konforu ve bakım koşulları gibi maddi; sosyal değeri, hizmet kalitesi gibi manevi özellikleriyle uygar bir insanın arzu ettiği nitelikte geçici konaklama ve beslenme ihtiyacını bir ücret karşılığında gidermeyi kabul eden ekonomik birimlerdir ( Kozak ve diğ., 2000:51).

Birinci derecedeki turizm işletmeleri arasında ilk sırayı alan ve turistik mal ve hizmetlerin üretimini sağlayan, varlıkları turizm olayına bağlı olarak ortaya çıkan ve şekillenip çeşitlenen işletmelerdir ( Gökdeniz, 1999:4).

Yine konaklama işletmeleri, “insanların konaklama, beslenme ve diğer ihtiyaçlarını karşılamayı meslek olarak kabul eden ekonomik ve sosyal işletmeler” olarak tanımlanmaktadır (Gümüş, 2005: 3).

Bu genel açıklamalardan sonra konaklama işletmelerini, seyahat eden kişilerin başta konaklama olmak üzere, yeme-içme, eğlenme gibi ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak yapılandırılmış, personeli, mimarisi, uygulamaları ve müşteriyle olan bütün ilişkileri belli standartlara ve kurallara bağlanmış olan işletmeler şeklinde tanımlamak mümkündür ( Denizer ve diğ., 1998:2). Bu işletmelerin amacı, insanların yalnızca fizyolojik gereksinimlerinin değil, aynı zamanda sosyo-kültürel ve moral yapılarından

kaynaklanan düşünsel ve duygusal gereksinimlerinin de karşılanmasıdır ( Usal ve Kurgun, 2001:7).

### **1.3.1. Konaklama İşletmelerinin zellikleri**

Konaklama işletmelerinin temel işlevi, devamlı ikamet ettiği yerin dışında olan kişilere geceleme imkânı sağlamaktır. Konaklama işletmeleri, diğer ticari ve sanayi işletmelerinin göstermiş olduğu özelliklerden ayrı olarak şu özellikleri taşımaktadır:

1. Konaklama işletmelerinde üretilen mal ve hizmetler, dayanıksız yapıdadır; stoklanamaz, bekletilemez, üretim ve satış aynı zamanda yapılır (Kantarıcı, 2009:30). Satılanın hizmet olması nedeniyle üretildiği ve hazır bulunduğu anda satılması veya tüketilmesi zorunluluğu vardır. Örneğin bir otel odasının stoklanamayacağı için gününde satılması zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Aynı şekilde restorandaki bir masanın da o akşam müşterilerin hizmetine sunulması gerekmektedir. Çünkü satılan, o akşamın birkaç saatidir.
2. Konaklama işletmelerinde üretim büyük oranda insan gücüne dayanır. Hizmeti üreten ve sunan temel unsur insandır. Hizmetlerin yürütülmesinde ve müşterilerin psikolojik tatminin sağlanmasında da insanın rolü ve önemi büyüktür. Son yıllarda teknoloji ürünleri konaklama işletmelerinde kullanılmaya başlanmış olsa bile üretilen mal ve hizmetin niteliğinden dolayı üretim büyük oranda insan gücü ile gerçekleşmektedir (Denizer ve diğ., 1998:8).
3. Konaklama işletmelerinde sunulan hizmetler, çalışan personel arasında son derece iyi bir koordinasyon ve işbirliği gerektirir. Konaklama işletmelerinde, son derece birbirine bağlı bölümlerden oluştuğu için personel arasında yardımlaşma olmak zorundadır (Batman ve Met, 2006:7). Personel arasında koordinasyon ve işbirliğinin sağlanması, konaklama işletmesinin etkin şekilde yönetimi ve pazarlanması açısından önemli olduğu kadar müşteri tatmini açısından da önemlidir. Bu zellik, konaklama işletmesinin başarısını etkilemektedir. Örneğin, herhangi bir otel personelinin bir hatası müşterinin otelden olumsuz düşüncelerle ayrılmasına yol açacaktır buda otelin zararına bir gelişme olacaktır.
4. Konaklama işletmeleri günün 24 saati, haftanın 7 ve yılın 365 günü hizmet sunarlar.

Bu işletmelerde günün her saatinde üretim ve tüketim yapılmaktadır. Konaklama işletmelerinin en önemli özelliklerinden birisi olan bu duruma yol açan etken insan gereksinimlerinin zamana bağlı olmayan bir çizgide oluşmasıdır.

5. Konaklama sektörü dinamik bir yapıya sahiptir. Konaklama işletmeleri, teknoloji ve hizmet anlayışı ile devamlı olarak değişiklik gösteren, zevk ve moda bağımlılığı fazla olan bir sektördür (Batman ve Soybalı, 2009).
6. Konaklama işletmelerinde risk faktörü oldukça yüksektir. Talebin ekonomik ve politik koşullardan çok çabuk etkilenmesi nedeniyle risk faktörü yüksektir ve talep tahmininde güçlük çekilir (Batman ve Met, 2006:8).
7. Konaklama işletmeleri kuruluşta ve sürekliliklerinde büyük sermaye gerektirir. Konaklama işletmelerinde ki sermayenin büyük bir kısmı sabit değerlere bağlanmıştır (Gümüş, 2005:14).

### **1.3.2. Konaklama Sektörünün Gelişimi**

İnsanoğlu antik çağlardan beri ticari, sosyal, sportif, dini veya daha farklı nedenlerle seyahat etmişlerdir. Yer değişimleri sırasında gittikleri yerlerde konaklama ihtiyaçlarını ilkel şartlarda da olsa bir şekilde gidermeye çalışmışlardır. Bununla birlikte, en basit şekilde konaklama sektörünün, paranın iktisadi bir değişim aracı olarak kullanılmaya başlanmasıyla ortaya çıktığı söylenebilir (Kozak ve diğ., 2000). Han, taverna, kervansaray ve daha sonra otel olarak adlandırılan konaklama işletmeleri ulaşım araçlarının gelişmesi paralelinde büyük değişikliklere uğramıştır.

Eski Yunan ve eski Roma döneminden kalan yazılı belgeler han ve tavernaların insanların seyahat etme ihtiyacından ortaya çıktığını göstermektedir. Ortaçağda insanların yer değiştirme sıklığının artmasıyla birlikte hancılığın geliştiği görülmektedir. Bu dönemde İngiliz hanları, Avrupa otelciliğinin öncüsü durumuna gelmiştir. Otel kelimesi ilk kez 1760 yılında Fransa'da ve daha sonra ise İngiltere'de kullanılmaya başlanmıştır. Onaltıncı yüzyılda hanlara benzer yapılaşmanın Amerika'da başladığı görülmektedir. 1794'de New York'da hizmete giren City Hotel, bugünkü anlamda ilk otel olup (Batman, 2006:2); bunu 1829 yılında Boston'da hizmete giren Tremont House adlı otel izlemiştir. Tremont House otelinin hizmete girmesinden sonra Amerikan otelciliği hızlı bir şekilde gelişmiştir. 19.yy sonu ve 20 yy. başlarında otelcilik

sektöründe otel sayısına paralel olarak sunulan hizmetin niteliğinde de önemli gelişmeler olduğu gözlemlenmektedir. Aynı yüzyıllar arasında lüks oteller yanında birden fazla yerde otellerin açıldığı otel zinciri kavramı Elwort M. Statlar tarafından kurulmuştur. 1930'lardan sonra otel zincirine Hilton, Sheraton ve diğerleri eklenmiştir.

Türkiye’de ise konaklama işletmeciliğinin başlangıcı olarak Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde ticaret yolları güzergâhında yapılan hanlar ve kervansaraylar gösterilebilir. İlk kervansaray 1019-1020 yıllarında Rıbat-ı Mahi adıyla Gazneli Mahmut tarafından yaptırılmıştır (Olalı ve diğ., 1989).

Özellikle Selçuklular döneminde kervansaray yapımının hızlanmasının başlıca nedeni, Selçuklu sultanlarının Anadolu’nun konumundan kaynaklanan ekonomik önemini görebilmeleridir. Bu dönemin önemli örnekleri Konya- Aksaray yolu üzerinde 1229’da kurulmuş Sultan Han, Ürgüp yakınlarındaki Sarı Han ve Antalya yakınlarındaki Evdir Han’dır (Batman ve Soybalı, 2009).Osmanlılar döneminde de han ve kervansaray yapımına devam edilmiştir. Bu yapılar çoğunlukla mal taşıyan kervanların güzergâhları üzerinde ve büyük yerleşim birimlerinde inşa edilmiştir.

Türkiye’de modern anlamda ilk otel işletmesi 1892 yılında İstanbul Beyoğlu’nda hizmete giren Pera Palas otelidir. Daha sonra sırayla 1914’de Tokatlıyan Oteli, 1931’de Park Oteli, 1955’de İstanbul Hilton Oteli, 1956’da Divan Oteli, 1957’de İzmir’de Kilim Oteli hizmete girerek müşterilerin dinlenme, yeme-içme, eğlence gibi ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmışlardır. Türkiye’de açılan ilk zincir otel olan Hilton Oteli modern Türk Turizminin başlamasına öncülük etmiştir. Büyük Ankara Oteli ve İstanbul Sheraton Otelleri ise 1960–1970 yıllarının önemli yapılarıdır (Batman, 2008a: 29).

Türkiye’de konaklama işletmelerinin belli standartlara kavuşması ise ancak 1980’li yılların başlarında gerçekleşmiştir. 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı “Turizm Teşvik Kanunu” ile Türk turizmine yeni bir açılım getirilmiştir. Söz konusu tarihten itibaren Türkiye’de konaklama sektöründe batı standartlarında otel işletmeleri kurulmaya başlanmıştır.



Konaklama işletmeciliğinin gelişimi, insanların tatil ihtiyaç ve beklentilerinin gelişimine paralel olarak seyretmiş ve bu durum turizm ürünleri sayılarının yanı sıra çeşitlerinin de artmasına sebep olmuştur. Bunlar tatil köyleri, tatil otelleri, iş otelleri, spa otelleri, temalı oteller, design oteller, butik oteller, apart oteller vb. gibi farklı tasarım anlayışlarına ve sundukları hizmete göre sınıflandırılmış tesislerdir.

#### **1.4. Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması**

Konaklama işletmelerini sınıflandırmak oldukça zordur. Konaklama işletmeleri, pek çok araştırmacı tarafından çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulmuştur. İnsanlardaki seyahat eğilimleri değişip, işletmelerde geliştikçe birçok sınıflandırma yapılmıştır. Dünya Turizm Örgütü (WTO) ve Uluslar arası Otel ve Restoran Birliği'nin (IHRA) 16 Nisan 2004 yılında konaklama işletmelerinin sınıflandırılmasına ilişkin yayınladıkları araştırma raporunda birbirinden bağımsız olarak kendi geliştirdikleri ölçütleri esas aldıklarını (fiziksel yapı, donanım, oda ve yatak kapasitesi, hizmet çeşitliliği, kalite, ek hizmet birimlerinin nitelik ve niceliği, personel sayısı, sağlık ve hijyen koşulları, yerleşim yeri ve alanı, alt yapı durumu gibi), büyük bir bölümünün en kısa zamanda sınıflama ölçütlerinde ve sistemlerinde günün koşullarına göre değişimler planladıkları sonuçları konaklama işletmelerinin uluslar arası alanda sınıflanması güçlüğü ve bu konuda birlikte hareket etmeye pek uygun olmadığı sonucunu ortaya çıkarmıştır (International Hotel&Restaurant Association,2004). Konaklama işletmeleri, hitap ettikleri kitle, bünyelerinde bulunan tamamlayıcı birimler ve sundukları hizmetler açısından benzer özellikler taşıdıkları gibi aynı zamanda farklı özelliklere de sahiptirler. Kısacası her ülkenin kendi konaklama sektörünün özelliklerine göre işletmelerini sınıflandırdığını ve sınıflandırmada değişik kriterler kullandıklarını söyleyebiliriz.

Bu çalışmada konaklama işletmelerinin sınıflandırılması üç kısımda incelenmiştir. Birinci kısımda dünyada genel olarak konaklama işletmelerinin sınıflandırılmasına, ikinci kısımda Türkiye'deki 2634 sayılı "Turizm Teşvik Kanunu"na göre Bakanlık tarafından sınıflandırılan konaklama işletmelerine ve üçüncü kısımda ise yine Türkiye'de yer alan ve yerel yönetimler tarafından denetlenen, sınıflandırılan konaklama işletmelerine yer verilmiştir.

##### **1.4.1. Konaklama İşletmelerinin Genel Sınıflandırılması**

Genel kabul görmüş bazı kriterler çerçevesinde konaklama işletmeleri aşağıda gösterildiği gibi sınıflandırılabilir:

### ***I-Tarihi Gelişimlerine Göre Sınıflandırma***

Konaklama işletmeleri, turizmdeki gelişmeye, insanların zevk ve ihtiyaçlarındaki değişmeye paralel olarak tarih içinde birbirinden farklı şekiller almıştır.

***Lüks Konaklama İşletmeleri:*** 19. Yüzyılın ortalarından Birinci Dünya Savaşı'na kadar olan dönemde turizm gelir düzeyi yüksek, toplumun üst sınıfına yönelik olarak geliştiği için bu kesimin tercihlerine uygun şekilde kurulan konaklama işletmeleridir (Olahı ve diğ., 1989:37).

***Vasat Konaklama İşletmeleri:*** 20. Yüzyılın ilk yarısında seyahatlerin yapısındaki ve seyahat edenlerin kalitesindeki büyük değişme sonucu orta gelirli insanlara yönelik yapılan ucuz konaklama işletmeleridir.

***Yan Konaklama İşletmeleri:*** İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemde turizmin kitlesel bir özellik kazanması ile asıl konaklama işletmeleri yanında diğerlerinden tamamen farklı bazı özellikleri bulunan yeni tip konaklama işletmeleri ortaya çıkmıştır. Asıl oteller yanında bir tür ek konaklama tesislerinin meydana getirdiği bu endüstride kampingler, pansiyonlar, tatil köyleri, oberjler, karavanlar, hosteller yer almaktadır.

### ***II- Karşıladıkları Konaklama İhtiyacına Göre Sınıflandırma***

Konaklama işletmesinin verdiği konaklama hizmetinin amacına göre yapılan sınıflandırmadır. Buna göre aşağıdaki gibi bir sınıflandırma yapmak mümkündür.

***Merkezi Konaklama İşletmeleri:*** Bunlar ticaret merkezlerinde, büyük şehirlerde bulunan ve çoğunlukla iş adamlarının kısa süreler için konkladıkları işletmelerdir. Konaklama hizmetinin yanında yiyecek-içecek, eğlence, hediyelik eşya satışı, spor salonu, kuru temizleme hizmetleri de bulunmaktadır.

***Kıyı Konaklama İşletmeleri:*** İklim, tarihi ve doğal güzellikleriyle ön planda olan yörelerde kurulan konaklama işletmeleridir. Dinlenmek, deniz ve güneşten yararlanmak amacıyla tatile çıkanların ihtiyacına cevap veren işletmelerdir.

***Dağ- Spor Konaklama İşletmeleri:*** Dağ havası almak, dinlenmek ve özellikle kış sporları yapmak amacıyla seyahat eden kişilere hizmet veren konaklama işletmeleridir. Bu tür konaklama işletmelerinin işlevlerine uygun mimari yapıda ve uygun malzeme ile donatılmış olmaları gerekmektedir.

***Kaplıca, Kür Konaklama İşletmeleri:*** Bu tür konaklama işletmeleri, sıcak veya soğuk madensel suların yakınlarında veya sağlığa çok uygun iklim koşullarının bulunduğu yerlerde kurulan konaklama tesisleridir (Barutçugil, 1984:39). Bu tür konaklama işletmeleri iki ayrı bölümden oluşur. Bunlardan biri konaklama kısmı, diğeri ise şifalı sular ve bununla ilgili tedavi birimlerinin bulunduğu bölümdür. Bu bölümde kaplıca veya ılıca durumuna göre havuzlar, hekim ve diğeri sağlık görevlilerinin hizmet sunduğu bölümler bulunur. Bu tesislerde, kaplıca, içme suyu, deniz suyu, çamur maddelerle veya solunum yoluyla mekanik ve elektrikli araçlarla masaj ve beden eğitimi gibi yöntemlerin insan sağlığını koruma ve tedavi amacını taşıyan uygulamalar yapılmaktadır.

### ***III-Ulaştırma Araçları İle Olan Bağlantılarına Göre Sınıflandırma***

Bu sınıflandırma da konaklama işletmeleri turizme konu olan ulaşım yolları yakınında bulunmalarına göre gruplandırılmaktadır. Bunlar en çok hareketin görüldüğü havaalanları, limanlar, tren istasyonları, işlek karayolları üzerleridir. Buna göre konaklama işletmeleri aşağıdaki şekilde ele alınmaktadır.

***Havaalanı Konaklama İşletmeleri:*** Uluslar arası havaalanı yakınında kurulan büyük oteller ile havalananı içinde inşa edilen ve aktarma yapacak yolculara kısa süreli yararlanma şansı sağlayan konaklama işletmeleridir. İnsanların geliş gidişinin yoğun olduğu bu bölgede bulunan konaklama işletmelerinin doluluk oranları yüksek olur. Kısa süreli konaklama sayısı fazladır. Çoğunlukla iş adamlarının ve şirketlerin iş için gelen misafirlerinin için tercih ettiği işletmelerdir. İş adamının tercih etmesi sebebiyle, bu tip müşterilerin ihtiyaçlarına cevap verebilmeleri misafir memnuniyeti açısından önemlidir. Toplantı, sergi, seminer ve konferans gibi ihtiyaçları karşılayabilecek teknik donanıma ve fiziki yapıya sahip olması önemlidir.

***İstasyon Konaklama İşletmeleri:*** Yoğun olan terminal ve istasyonların yakınlarında kurulan işletmelerdir. Bu tür konaklama işletmelerinde, yolcular kısa süreli konaklarlar.

***Liman Konaklama İşletmeleri:*** Büyük liman yakınlarında kurulan konaklama işletmeleridir.

***Karayolu Kavşak Konaklama İşletmeleri:*** Büyük karayollarının kesişme yerlerinde kurulan konaklama işletmeleridir.

#### ***IV- Faaliyet Sürelerine Göre Sınıflandırma***

Konaklama işletmelerinin bir kısmı yıl boyunca hizmet verirken bir kısmı sadece yüksek sezonda açık olup diğer dönemlerde işletmeyi kapatmaktadır. Konaklama işletmelerini faaliyette buldukları süreler baz alınarak sınıflandırmaya tabii tutulduğunda iki gruba ayırmak mümkündür.

***Devamlı Konaklama İşletmeleri:*** Bütün yıl boyunca faaliyet gösteren konaklama işletmeleridir. Genellikle, büyük şehir, kültür merkezleri ve ulaştırma güzergâhları yakınında kurulurlar. Devamlı konaklama işletmelerinin, mevsimlik konaklama işletmelerinden, müşterilerine sundukları hizmet türleri ve yapısal özellikleri bakımından önemli farklılıkları bulunmaktadır.

***Mevsimlik Konaklama İşletmeleri:*** Belirli mevsimlerde çalışan konaklama işletmeleridir. Kuruluş yeri şartlarının sınırlı bir iş döneminde olanak tanıdığı turizm bölgelerinde bulunur. Bu tür işletmeler, deniz kıyılarında, kış sporu yapılan yerlerde yoğunlaşma gösterirler. Mevsimlik konaklama işletmelerinde sezon dışı fiyat indirimlerinden yararlanılması söz konusu olduğu için ağırlıklı olarak, sosyal turizm ve iç turizm kapsamında seyahat eden kişilerin konakladıkları işletmelerdir. Uzun süreli konaklama ve tatil amacıyla seyahat etme söz konusu olduğu için müşteriye verilen hizmet türlerinin farklılaştırılması ve müşteri psikolojisi gibi konulara önem verilir.

#### ***V-Mülkiyetlerine Göre Sınıflandırma***

Konaklama işletmelerinin bir diğer sınıflandırma kriteri de mülkiyet durumlarıdır. Mülkiyet bakımından konaklama işletmeleri üç grupta toplanmaktadır.

**Özel Konaklama İşletmeleri:** Tüm varlıklarıyla özel kişilere ait olan işletmelerdir. Özel girişimlerin kamuya oranla daha cesur davranmaları sektörün gelişimi üzerinde olumlu etki yaratmaktadır (Bardakoğlu, 2006:20).

**Kamu Konaklama İşletmeleri:** Varlıklarının tamamı kamu kuruluşlarına ait olan işletmelerdir. Özel girişimcilerin yatırım yapmak istemeyeceği karsız ve riski yüksek yerlere yatırım yaparak sektöre katkıda bulunmaktadır.

**Karma Konaklama İşletmeleri:** Sermayelerin bir kısmı kamu idarelerine bir kısmı da özel kişilere ait olan işletmelerdir. Bu tip işletmelerde, devlet tesisleri kurar daha sonra işletmek için özel sektöre bırakır.

#### **VI- Büyüklüklerine Göre Sınıflandırma**

Bir konaklama işletmesinin büyüklüğünün belirlenmesi amacıyla kullanılabilir çeşitli kriterler bulunmaktadır. Bunların başlıcaları;

- Çalıştırılan personel sayısı,
- Belirli bir dönemde ödenen maaş ve ücretler toplamı,
- Konaklama işletmesine yatırılan sermayenin miktarı,
- Belirli dönemlerde sağlanan satış miktarı,
- Oda veya yatak kapasitesi,
- Sosyal ve kültürel faaliyetlere ayrılan bölümler ile konferans, ziyafet ve lokanta salonları ve bunların kapasiteleri,
- Yüzme havuzu, otopark, mağazalar gibi yan tesislerin varlığı gibi faktörler konaklama işletmelerinin büyüklüğünün belirlenmesinde kullanılabilir.

Büyüklik ifade eden ölçüler ülkeler arasında ve zaman içerisinde farklılıklar gösterebilir. Örneğin; Avrupa ve ABD için orta büyüklükte kabul edilen bir konaklama işletmesi, Türkiye için büyük olabilir. Aynı şekilde, 1960'lar da çok büyük olarak

tanımlanan bir konaklama işletmesi, 2000'ler de orta büyüklükteki konaklama işletmeleri grubuna alınabilir. Kısacası büyüklük kavramı ülkeden ülkeye veya zaman süreci içerisinde değişebilmektedir.

Dünyada kabul edilen sınıflandırmaya göre konaklama işletmeleri Tablo 1'de de görüldüğü üzere; büyük, orta, küçük ve çok küçük olmak üzere dört gruba ayrılmaktadır. Tablo 1'e göre ortalama oda sayısı 300 ve 300'den yukarı olan otel işletmeleri büyük, orta ve küçük konaklama işletmeleri arasında kesin bir ayırım yapılmamakla birlikte; 100-300 odası bulunan işletmeler orta büyüklükte, en az 25 ve en fazla 99 odaya sahip bulunan işletmeler küçük, çok küçük konaklama işletmeleri ise 25 ve daha az sayıda odaya sahip olan konaklama işletmeleridir.

**Tablo 1: Büyüklüklerine Göre Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması**

	Oda Sayısı
<b>Büyük Konaklama İşletmeleri</b>	300 ve daha fazla
<b>Orta Büyüklükteki Konaklama İşletmeleri</b>	100-299 arası
<b>Küçük Konaklama İşletmeleri</b>	25-99 arası
<b>Çok Küçük Konaklama İşletmeleri</b>	25 veya daha az

**Kaynak:** Batman, 2008a; Olalı, 1993; Çetiner, 1995

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması hakkında 9617 sayılı yönetmelik taslağının 5. Maddesine göre ise Küçük ve Orta Büyüklükteki işletmelerin tanımı ve sınıflandırılması şöyledir :

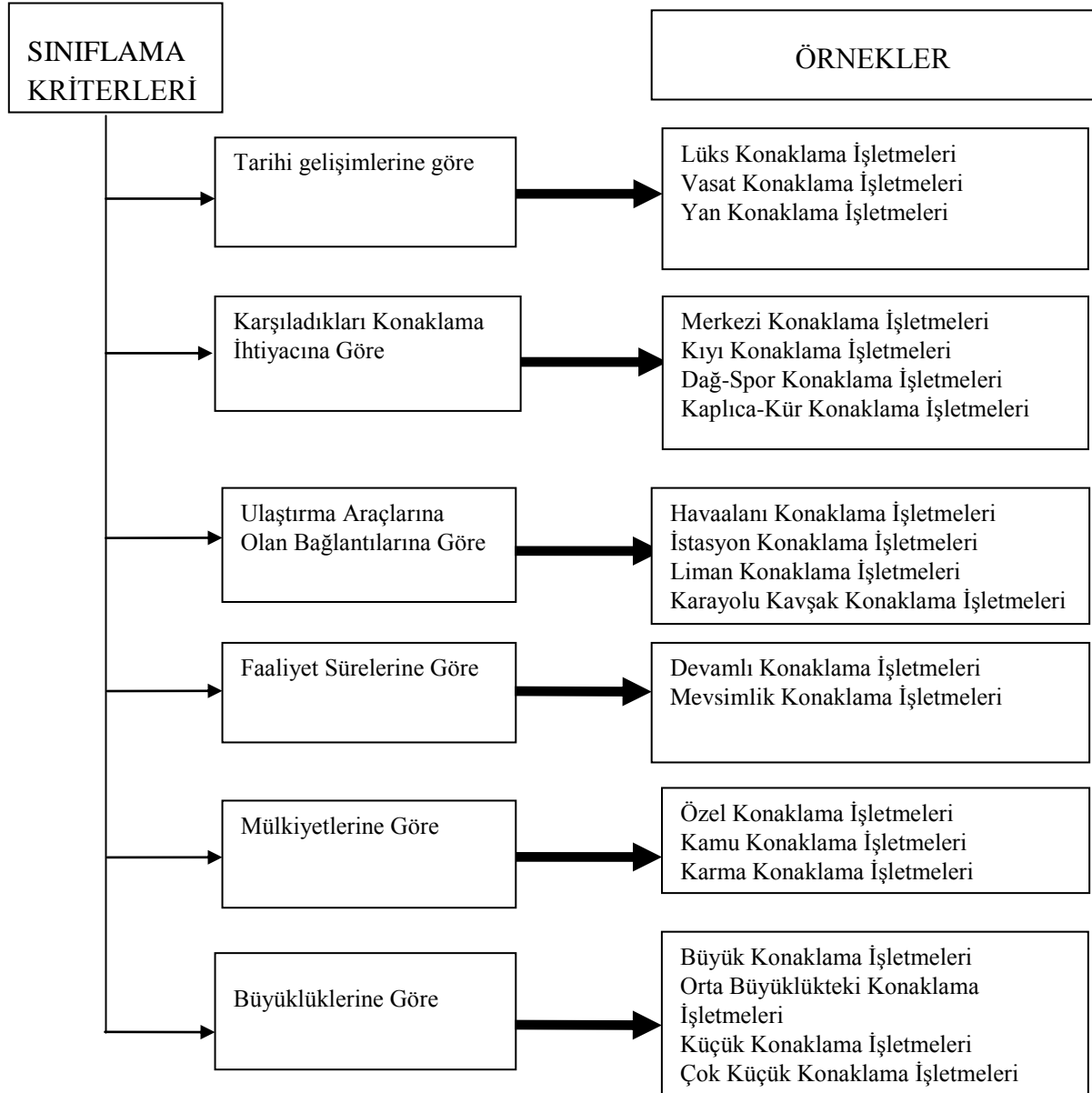
**Mikro İşletme:** On kişiden az çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı ya da mali bilançosu bir milyon Türk Lirasını aşmayan çok küçük ölçekli işletmeler,

**Küçük İşletme:** Elli kişiden az çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı ya da mali bilançosu beş milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler,

**Orta Büyüklükteki İşletme:** 250 kişiden az çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı ya da mali bilançosu yirmi beş milyon Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir.

Konaklama işletmelerinin genel sınıflandırılmasını Şekil 1’de olduğu gibi özetlemek mümkündür.

**Şekil 1: Konaklama İşletmelerinin Genel Olarak Sınıflandırılması**



**Kaynak:** Batman (2008a: 32)’den uyarlanmıştır.

#### 1.4.2. Türk Turizm Mevzuatına Göre Yasal Sınıflandırma

Türkiye’de konaklama işletmelerinin sınıflandırılması ve niteliklerin belirlenmesi Turizm Bakanlığı tarafından yayınlanan yönetmeliklerle düzenlenmiştir.

16.03.1982 tarihli resmi gazetede yayınlanan ve 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu'nun 37. Maddesinin A fıkrasının 2 numaralı bendi hükmü uyarında çıkarılan "Turizm Yatırım ve İşletmelerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin" saptadığı normlara göre konaklama tesisleri sınıflandırılmıştır. 1983 yılında yürürlüğe giren ve ardından birkaç kez değişikliğe giren bu yönetmelik, halen 2005 yılında gerçekleştirilen son düzenlemeye bağlı olarak uygulanmaktadır.

21.06.2005 tarihli 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanununa dayandırılarak en son hali 2005 tarihinde çıkarılan "Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik" hükümleri çerçevesinde konaklama işletmeleri aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır (Resmi Gazete, 2005a). Tablo 2'de de Türk turizm mevzuatına göre yasal sınıflandırma görülmektedir.

#### ***I- Asli Konaklama Tesisleri***

2634 sayılı "Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe" göre konaklama işletmelerinde aranılan genel nitelikler ve şartlar aşağıdaki gibidir (Resmi Gazete, 2005a):

**a) Konaklama tesislerinde yatak odaları:** Tefriş ve dekorasyonu sağlandıktan sonra rahat kullanım imkânı verebilecek şekilde ve banyolu olarak düzenlenir. Tek veya iki kişilik olarak düzenlenebilen odalara sadece müşterilerin talebi halinde ilave yatak konulabilir. Odalar teknik normlara uygun olarak; yatak, genel aydınlatma ve gece lambası, tuvalet masası ve aynası, bagaj yeri ve elbise dolabı, oturma yeri veya grubu, perde ve halı gibi tesisin tür ve sınıfına uygun malzemelerle tefriş ve dekore edilir. Güvenlik için müşteri yatak odası kapı arkalarında ayrıca sürgü gibi ilave kilit sistemi düzenlenir. Banyolarda duş teknesi, küvet gibi suyun yayılımını engelleyici önlemler alınır. Oteller, butik oteller ve tatil köyleri odalarının tümü suit şeklinde düzenlenebilir.

**Tablo 2 : Türk Turizm Mevzuatına Göre Turizm Tesislerinin Sınıflandırılması**

<b>Turizm Tesislerinin Sınıflandırılması</b>	
1.Asli Konaklama Tesisleri	A. .Oteller a. Bir yıldızlı oteller



	<ul style="list-style-type: none"> <li>b. İki yıldızlı oteller</li> <li>c. Üç yıldızlı oteller</li> <li>d. Dört yıldızlı oteller</li> <li>e. Beş yıldızlı oteller</li> <li>B. Moteller</li> <li>C. Tatil Köyleri</li> <li>a. Dört yıldızlı tatil köyleri</li> <li>b. Beş yıldızlı tatil köyleri</li> <li>D. Pansiyonlar</li> <li>E. Kampingler</li> <li>F. Apart Oteller</li> <li>G. Hosteller</li> </ul>
2. Yeme-İçme ve Eğlence Tesisleri	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Lokantalar</li> <li>a. İkinci sınıf lokantalar</li> <li>b. Birinci sınıf lokantalar</li> <li>B. Kafeteryalar</li> <li>C. Eğlence yerleri</li> </ul>
3. Sağlık ve Spor Tesisleri	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Termal tesisler</li> <li>B. Sağlıklı yaşam tesisleri</li> <li>C. Yüzme havuzları</li> <li>D. Spor tesisleri</li> <li>E. Golf tesisleri</li> </ul>
4. Kongre ve Sergi Merkezleri	-----
5. Rekreasyon Tesisleri	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Eğlence merkezleri</li> <li>B. Temalı parklar</li> <li>C. Günübirlik tesisleri</li> <li>D. Kış sporları ve kayak merkezleri mekanik tesisleri</li> </ul>
6. Kırsal Turizm Tesisleri	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Çiftlik evi-köy evi</li> <li>B. Yayla evi</li> <li>C. Dağ evi</li> </ul>
7. Özel Tesisler	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Özel tesisler</li> <li>B. Butik oteller</li> </ul>
8. Bileşik Tesisler	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Turizm kentleri</li> <li>B. Turizm kompleksleri</li> <li>C. Tatil merkezleri</li> <li>D. Zincir tesisler</li> <li>E. Personel eğitimi tesisleri</li> </ul>
9. Diğer Tesisler	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Mola noktaları</li> <li>B. Yüzer tesisler</li> <li>C. Kendiliğinden yüzer tesisler</li> <li>D. Gemi niteliğinde olmayan yüzer tesisler</li> <li>E. Tatil siteleri ve villaları</li> <li>a. B tipi tatil siteleri</li> <li>b. A tipi tatil siteleri</li> <li>c. Butik tatil villaları</li> </ul>

**Kaynak:** Batman (2008b:34)

Diğer asli konaklama tesislerinde ise; apart üniteler dışındaki oda sayısının yüzde yirmibeşinden fazla sayıda suit oda yapılamaz. Dört ve beş yıldızlı oteller, butik oteller ile tatil köylerindeki suit odaların tümünde, bir, iki ve üç yıldızlı otellerde ise apart

üniteler dışındaki toplam oda sayısının en fazla yüzde yirmibeşi kadar sayıdaki suit odada içecek ve basit yeme ihtiyacını karşılayabilecek kapsamlı olmayan mutfak nişi düzenlenebilir. Suit odalar, bir adedi oturma bölümü olmak üzere doğal aydınlatmaları bulunan en az iki bölümden oluşur. Suit odaların yatak kapasitelerinin hesabında, banyo alanı dahil altmış metrekareye kadar olanlar iki yataklı, banyo alanı dahil altmış metrekare üzerinde ve birden fazla yatak odası bulunanlar dört yataklı olarak kabul edilir. Oturma bölümlerinin yatak odası şeklinde düzenlenmesi halinde; suit odalar, aile odası olarak adlandırılır ve belge kapasitesinde belirtilir, bu durumda mutfak nişi düzenlemesi yapılamaz. Aile odalarında banyo hariç; on metrekareye kadar olan odalar tek, daha büyük olanlar ise iki yataklı olarak düzenlenir. Bodrum katlarda yatak odası yapılamaz. Ancak, eğim dolayısıyla taban döşemesi mevcut arazi seviyesinden aşağı olmayan ve yeterli doğal ışık alan katlar bu hükmün dışındadır. Yatak odalarının pencereleri, mutfak, tuvalet gibi müşteriyi rahatsız edebilecek mahallerin bulunduğu aydınlığa açılmaz. Aydınlığın dar kenarı iki metreden, alanı ise altı metrekareden az olmamak kaydı ile toplam oda kapasitesinin yüzde yirmisini aşmayacak sayıda aydınlığa bakan oda yapılabilir.

**b) Personel ve mahalleri:** Turizm tesislerinde eğitimli personel ile hizmet verilmesine özen gösterilir. Yetkili kurum ve kuruluşlardan alınmış sertifikaları haiz personel de eğitimli personel kapsamında değerlendirilir. Tesislerde sağlık, güzellik ve bakım, masaj, su sporları, okçuluk, atıcılık, binicilik gibi üniteler bulunması durumunda bu birimlerde sertifikalı personel çalıştırılır. Asli konaklama tesislerinde kadın ve erkek personel için ayrı soyunma yerleri, dolapları, duş, tuvalet ve ortak oturma, dinlenme ve yemek ihtiyaçlarını karşılayan bir mahal bulunur. Tesis bünyesinde yatakhane bulunması halinde yeterli doğal havalandırma ve aydınlatma imkânı, doğal havalandırmanın yeterli olmaması durumunda ise mekanik havalandırma desteği bulunur. Yatakhanelerin düzenlenmesinde kişi başına dört metrekare alan esas alınır. Pansiyon ve müstakil apart otellerde personel ünitesi yapılması zorunlu değildir.

**c) Bedensel özürllüer için düzenlemeler:** Toplam kapasitesi seksen oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde en az bir oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin yüzde biri oranında odada, ayrıca tesis girişi, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme-içme ünitesinde, mola noktaları, temalı parklar ile eğlence merkezlerinde ise kendi

türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde bedensel özürhüleri kullanıma uygun düzenlemeler yapılır. Bu düzenlemeler, özel işaretlerle belirtilir.

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

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

### ***Oteller***

Oteller, asıl fonksiyonları müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme, spor ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir. Oteller; bir, iki, üç, dört, beş yıldızlı oteller olarak sınıflandırılırlar. 14.10.1993 tarih ve 21278 sayılı Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliğine göre 2005 yılında son düzenlemeleri yapılan yönetmelikte belirtilen tanım ve niteliklere ek olarak bir yıldızlı oteller en az 10, iki yıldızlı oteller en az 20, üç yıldızlı oteller en az 50, dört yıldızlı oteller en az 100, beş yıldızlı oteller ise en az 200 odalı tesislerdir (Resmi Gazete, 1993). 2005 tarihinde son düzenlemelerin yapıldığı yönetmelikte bu kriterlerin değişmesine rağmen hala bu şekilde algılanmaktadır.

*a) Bir yıldızlı oteller aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:*

- En az on oda,

- Sadece yaz sezonu boyunca açık tutulan tesisler hariç olmak üzere girişte rüzgârlık, hava perdesi, döner kapı veya benzeri düzenleme,
- Resepsiyon ve kapasiteye yeterli, rahat oturma imkânının sağlandığı lobiden oluşan kabul holü,
- Kahvaltı ofisi ve kahvaltı salonu, yeterli büyüklükte oturma salonu veya lokanta bulunması durumunda bu yerler kahvaltı verme amaçlı da kullanılabilir, yazlık tesislerde bu amaçla kullanılan salonun bir kısmı açık olabilir,
- Yönetim odası,
- Müşterinin ineceği veya çıkacağı kat sayısının üçten fazla olması halinde otel kapasitesi ile orantılı müşteri asansörü,
- 06.00 – 24.00 saatleri arasında büfe hizmeti,
- İlk yardım malzeme ve gereçleri bulunan dolap,
- Odalarda dışarı ile doğrudan bağlantılı telefon hizmeti,
- Oda sayısının en az yüzde yirmi beşine hizmet verebilecek sayıda kıymetli eşya kasası,
- Genel mahaller ve yatak odaları döşemelerini tamamen kaplayan halı, seramik, parke gibi nitelikli malzeme,

*b) İki yıldızlı oteller ise bir yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan otellerdir:*

- İklim koşullarına göre genel mahallerde klima sistemi,
- Yatak odalarında kat hizmetleri için ofis veya dolap,
- Odalarda saç kurutma makinesi,
- Odalarda içecek hizmeti.

*c) Üç yıldızlı oteller, iki yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan otellerdir:*

- İklim koşullarına göre odalarda klima sistemi,
- Lobiden ayrı düzenlenmiş olan oturma salonu,
- İlave bir yönetim odası,
- Odalarda televizyon,
- Odaların yüzde ellisinde mini bar ile mevcut yiyecek ve içecek türlerine uygun servis malzemesi,
- Yüzme havuzu veya ikinci sınıf lokanta veya kafeterya veya kişi başına en az 1,2 metrekare alan düşecek şekilde en az elli kişilik çok amaçlı salon,
- Çamaşır yıkama ve ütüleme hizmeti,
- Rezervasyon işlemlerinin bilgisayarla yapılması,
- 24 saat büfe hizmeti.

*d) Dört yıldızlı oteller, üç yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan otellerdir:*

- Kabul holünde telefon kabinleri,
- Servis merdiveni veya asansörü,
- Odalarda ve genel mahallerde klima,
- Odalarda; yatak örtüsü, mini bar, kıymetli eşya kasası
- 06.00- 24.00 saatleri arasında oda servisi,
- Kuru temizleme ile terzi hizmeti,
- Her katta kat ofisi düzenlemesi,
- Satış mağazası,
- Çeşitli dillerde; süreli yayın, kitap gibi dokümanların yer aldığı okuma mahalli,
- Birinci sınıf lokanta,

- Doktor hizmeti ve revir,
  - Bagaj odası ve emanet hizmeti,
  - Eğitimli ve deneyimli personel,
  - Çalışma ofisi,
  - Odalara; mesaj bırakabilme sistemi ya da buna yönelik hizmet verilmesi,
  - Kişi başına en az 1,2 metrekare alan düşecek şekilde en az yüz kişilik çok amaçlı salon ve fuayesi,
  - Kapalı ve açık yüzme havuzu,
  - Kabare, tiyatro ve sinema etkinliklerinin yapılabileceği kapalı salon,
  - En az yüz kişilik konferans salonu, fuayesi, salon ile bağlantılı en az iki çalışma odası, sekreterlik ve simültane tercümanlık hizmetleri,
  - En az yüz kişilik gece kulübü, diskotek veya benzeri eğlence imkânı veren ayrı bir salon,
  - En az kırk metrekare büyüklükte aletli jimnastik, aerobik veya bilardo salonu, alarm sistemi bulunan sauna, Türk hamamı, mini golf, tenis veya voleybol sahası, trampolin, bowling salonu, go kart pisti, kayak ve deniz sporları, squash salonu veya benzeri imkânlar sağlayan ünitelerden en az üç adedi,
  - Pasta ve içki servisi verilen en az yüz kişilik salon,
  - Alakart hizmeti verilen bir lokanta,
  - Kafetarya ve snack bar,
- ünitelerinden en az üç adedi.

e) *Beş yıldızlı oteller; yerleşme durumu, yapı, tesisat, donanım, dekorasyon ve hizmet standardı olarak üstün özellikler gösteren, dört yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan en az yüz yirmi odalı otellerdir:*

- Müşteri asansörü,
- Odalarda; çalışma masası, yatak başucunda merkezi aydınlatma düğmesi ve priz, boy aynası,
- Odalarda; bornoz, dış temizlik kiti, tek kullanımlık terlik, dikiş kiti, ayakkabı sileceği, cilası, duş köpüğü, makyaj temizleme pamuğu, kutu kâğıt mendil, şemsiye gibi en az on adet amblemli malzeme,
- Banyolarda; küvet, resepsiyonla bağlantılı telefon, büyüteçli ayna,
- Tütün ürünleri içilmeyen odalar,
- Yirmi dört saat oda servisi,
- Garaj veya kapalı otopark, bu mahallerde yirmi dört saat görevli personel,
- Odalarda; uydu ve video yayınları,
- İnternet yayını,
- Bay ve bayan kuaförü,
- Satış mağazaları,
- Alakart lokanta,
- Resepsiyondan ayrı bir mahalde müşteri ilişkileri, danışmanlık gibi hizmetlerin deneyimli personel tarafından sağlanması,
- Kat koridorlarında resepsiyonla bağlantılı telefon,

### ***Moteller***

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

### ***Tatil Köyleri***

Tatil köyleri; doğal güzellikler içerisinde, rahat bir konaklama yanında çeşitli spor, eğlence ve satış hizmetlerinin de sağlandığı yaygın yerleşim düzeninde, eğilimli

arazilerde kottan kazanılan katlar da dâhil olmak üzere en fazla üç katlı yapılardan oluşan ve en az seksen odalı tesislerdir.

### ***Pansiyonlar***

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

### ***Kampingler***

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

### ***Apart Oteller***

Apart oteller; mesken olarak kullanılmaya elverişli bağımsız apartman ya da villa tipinde inşa ve tefriş edilen, müşterinin kendi yeme ve içme ihtiyacını karşılayabilmesi için gerekli teçhizat ile donatılan ve otel olarak inşa edilen tesislerdir.

### ***Hosteller***

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

## ***II- Konaklama Tesisleri Olarak İşletilen Diğer Tesisler***

### ***Termal Tesisler***

Termal tesisler, toprak, yer altı, deniz ve iklim kaynaklı doğal tedavi unsurlarının tedavi edici faktör olarak kullanıldığı kaplıcalar, içmece ve iklim kür merkezleri ile buralarda kurulan tedavi ve rekreasyon amaçlı üniteleri içeren tesislerdir.

### ***Sağlıklı Yaşam Tesisleri***



Sağlıklı yaşam tesisleri; kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ile turizm merkezlerinde bulunan, doğal çevre içerisinde düzenlenen; tedavi, birlikte düşünme, hareket etme yoluyla ortak motivasyon ve sinerji yaratmaya veya sağlıklı tedavi sonrası rehabilitasyona veya terapiye yönelik hizmetlerin verildiği, müşterilere sağlıklı yaşam hizmeti sunmayı hedefleyen, açık alanlarda doğal spor aktivelileriyle desteklenen, gıda ve beslenme, doğal bitki banyoları, aroma terapi, güzellik ve estetik, heyecan ve eğlence, çeşitli yaş grupları için sağlık ve bakım hizmetleri gibi konu ve konularda uzmanlaşarak işletilen ve hizmetin gerektirdiği ünitelerde uzman personel çalıştırılan tesislerdir. Sağlıklı yaşam tesisleri, bünyesinde yer aldıkları konaklama tesislerinin tür ve sınıfı da belirtilerek isimlendirilir.

### ***Golf Tesisleri***

Golf sporunun uluslar arası normlarına uygun alanlarda, golf sporuna yönelik parkur, ısınma ve pratik yapma alanıyla birlikte, kulüp binası ve bu aktiviteyi destekleyici diğer bölümlerden oluşan tesislerdir.

### ***Çiftlik Evi- Köy Evi***

Kırsal bölgelerde çiftlik organizasyonu amacıyla kurulmuş ve çiftlik üretimi ile birlikte turizm konaklama olanağı sağlayan, gelen müşterilerin de isterlerse çalışma programlarına katılabilecekleri, kırsal yaşantının sahnelenmesine olanak sağlayan en az beş odalı tesislerdir.

### ***Yayla Evi***

Mevcut yayla evlerinin iyileştirilmesiyle turizme kazandırılan veya mevcut yayla evlerinin iç düzenlemesi esas alınarak yapılan veya Bakanlıkça belirlenen örnek yayla evi yapı tiplerine göre inşa edilen ünitelerde, müstakil veya toplu olarak hizmet verecek en az beş odalı konaklama tesisleridir.

### ***Dağ Evi***

Kış sporları veya çim sporları yapmak veya doğa güzelliklerinden faydalanmak amacıyla çevresel açıdan sorumlu bir anlayışla işletilen asgari bir yıldızlı otel nitelikleri taşıyan konaklama tesisleridir.

### ***Özel Tesisler***

Özel tesisler; yapı, sokak, doğa, sanat, tarih gibi özelliklerden en az biri bulunan, deneyimli veya konusunda eğitimli personel ile nitelikli hizmet sunulan, özgünlük, üstün hizmet, ulusal veya uluslar arası şöhret gibi nitelikleri nedeniyle işletme özelliği arz eden, deneyimli ve konusunda eğitimli personel ile nitelikli hizmet sunulan, tesislerdir.

### ***Butik Oteller***

Yapısal özelliği, mimari tasarımı, tefriş, dekorasyon ve kullanılan malzemesi yönünden özgünlük arz eden, işletme ve servis yönünden üstün standart ve yüksek kalitede, deneyimli veya konusunda eğitimli personel ile kişiye özel hizmet verilen en az on odalı tesislerdir.

### ***Turizm Kentleri***

Turizm kentleri, kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgesi olarak ilan edilmiş yerlerde, plan kararlarıyla sınırları belirlenmiş, kültür, eğitim, eğlence, ticaret, konut ve her türlü teknik ve sosyal alt yapı alanlarından bir veya daha fazlasını kapsayan, tek bir ana yatırımcıya tahsis edilen yerleşimlerdir.

### ***Turizm Kompleksleri***

Kongre ve sergi merkezi ile golf tesisleri, eğlence merkezleri, temalı parklar, termal tesisler, apart otel, en az yüz adet yatın barınabileceği yat limanı, sağlıklı yaşam tesislerinden en az üç adedini bünyesinde bulunduran tesislerdir.

### ***Tatil Merkezleri***

Tatil merkezleri, müşterilerin konaklama, yeme-içme, eğlence, dinlenme ve spor ihtiyaçlarını karşılayan, kuruluş yeri veya işletmesi özelliği gereği yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen, imar planlarında turizm için

ayrılmış alanlarda, her otelin bütünü için ayrı mülkiyet, irtifak ve intifa haklarına imkân tanıyan en az binikiyüzelli odalı tesislerdir.

### ***Zincir Tesisler***

Zincir tesisler; aynı yatırımcıya veya işletmeye ait veya aynı işletmenin markasını kullanan ve Bakanlıkça belgelendirilebilen turizm türlerinin veya pazarlama ve satış işletmelerinin gerçekleştirildiği tesislerdir.

### ***Personel Eğitimi Tesisleri***

Turizm sektörünün eğitilmiş personel ihtiyacını karşılamak üzere, her seviyedeki personelin eğitiminin çeşitli eğitim programları çerçevesinde teorik ve uygulamalı olarak, birlikte veya ayrı ayrı yaptırıldığı en az yüz yirmi öğrenci kapasiteli eğitim ve uygulama tesisleridir.

### ***Yüzer Tesisler***

Türk karasularında veya limanlarında turizm amaçlı konaklama, yeme-içme veya eğlence hizmeti verebilecek nitelikteki kendiliğinden hareket kabiliyetine sahip veya bir römorkör vasıtasıyla çekilen, toplam kapasiteleri belirlenmiş ve kullanım amacı belirtilmiş denize elverişlilik belgesi olan, deniz araçlarıdır.

### ***Tatil Siteleri ve Villaları***

Her birinde nitelikli elemanlar ile tefriş edilmiş en az bir yatak odası, oturma bölümü ve banyo, mutfak ile balkon veya teras gibi özel açık alan kullanımları bulunan konaklama birimlerinden oluşan işletme bütünlüğü arz eden ve belge sahibinin tüzel kişilik olduğu tesislerdir.

- a) **B tipi tatil siteleri;** Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerinde veya Turizm Merkezlerinde yer alan veya bu bölgeler dışında olup desteklenmeleri Bakanlıkça uygun görülen, en az on birim ile ortak kullanım alanlarından oluşan ve aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan tesislerdir.
- b) **A tipi tatil siteleri;** Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerinde veya turizm merkezleri içinde yer almayan tatil sitelerinin imar planlarında ikinci konutlar için ayrılan alanlarda yapılmış olması şartı aranır. Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim

Bölgelerinde veya turizm merkezleri içinde yer almayan tatil sitelerine turizm yatırımı belgesi verilemez. Malikleri tarafından yıl boyu sürekli olarak ikamet edilmeyen yazlık konutların üçüncü kişilere tatil amaçlı kullandırıldığı, eğimli arazilerde kottan kazanılan katlar da dâhil olmak üzere en fazla üç katlı yapılardan ve en az on üniteden oluşan, konaklama tesisleridir.

- c) **Butik tatil villaları;** villa tipinde inşa edilmiş en az yirmi konaklama birimi ile ortak kullanım alanlarından oluşan, yapısal özellikleri, çevre düzenlemesi ve mimari tasarımı yönünden özgünlük arz eden, işletme ve servis yönünden üstün standart ve kalitede hizmet verilen tesislerdir.

Tablo 3'te 2008 sonu itibariyle Türkiye'deki türlerine ve sınıflarına göre turizm belgeli konaklama tesislerinin sayısı, oda ve yatak sayılarıyla ile gösterilmektedir.

**Tablo 3 : Türlerine ve Sınıflarına Göre Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı**

TÜRÜ	TURİZM YATIRIM BELGELİ			TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ		
	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
OTELLER	565	85079	185998	2090	227349	473193
MOTELLER	2	61	124	2090	227349	473193
TATİL KÖYLERİ	39	12247	26677	86	26050	59219
TERMAL OTELLER	10	2203	6369	13	1381	3049
PANSİYONLAR	21	401	797	63	967	1926
KAMPİNGLER	4	873	2511	6	371	1169
OBERJLER				1	246	481
APART OTELLER	49	6278	19965	102	4712	11732
ÖZEL TESİS	12	490	1044	170	5382	11695
GOLF TESİLERİ	3	193	510	1	23	68
EĞİTİM VE UYGULAMA TESİSLERİ				1	36	72
TURİZM KOMPLEKSİ	5	2175	4993	2	916	1987
BUTİK OTEL	42	1741	4042	9	389	813
BUTİK TATİL VİLLALARI	2	104	244			
DAĞ EVİ	2	41	176	1	51	152
ÇİFTLİK EVİ/KÖY EVİ	3	175	235	1	51	152
YAYLA EVİ	1	40	80			
TOPLAM	772	113487	258287	2566	268633	567470

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008

### 1.4.3. Belediye Belgeli Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması

Turizm işletme belgesi olmayan ve yerel yönetimler tarafından sınıflandırılan, fiyatlandırılan ve denetlenen konaklama işletmeleri bu grupta yer alırlar. Bu tür oteller çalışma ruhsatlarını buldukları yörenin belediyesinden alırlar. Belediye belgeli konaklama işletmeleri 9207 sayılı “İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik” çerçevesinde üç gruba ayrılmaktadır (Resmi Gazete, 2005b). Yapılan sınıflandırmaya göre aranılan nitelikler Ek 2’de görülebilir. Buna göre belediye belgeli otellerin sınıflandırılması;

- Birinci sınıf oteller,
- İkinci sınıf oteller,
- Üçüncü sınıf otel işletmeleri şeklinde yapılmaktadır.

Belediye belgeli konaklama işletmeleri için oda sınırlaması getirilmemekle beraber Tablo 4 incelendiğinde Türkiye’de 2006 yılı sonu itibariyle toplam 7033 belediye belgeli tesis bulunmaktadır ve yine bu tesis içerisinde 4534 belediye belgeli otel işletmesinin ortalama olarak 30 oda sayısına sahip olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 4 : Tesis Türlerine Göre Belediye Belgeli Konaklama Tesisi, Oda ve Yatak Sayısı**

TESİS TÜRÜ	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
OTEL	4534	132624	293808
MOTEL	308	6297	15045
PANSİYON	2081	28063	15045
TATİL KÖYÜ	23	2202	6406
KAMPİNG	54	2425	6839
KAPLICA	33	2021	5593
<b>TOPLAM</b>	<b>7033</b>	<b>173632</b>	<b>395671</b>

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006

## **BÖLÜM 2: BUTİK ANLAYIŞIYLA HİMZET SUNAN KÜÇÜK OTEL İŞLETMELERİ**

Konaklama işletmeleri, tarihin çok eski dönemlerinden beri şekil ve içerik bakımından pek çok değişiklik göstermiştir. Günümüzde ise özgün mimari yapısı ile ön planda olan butik otel işletmeleri farklı ve samimi bir ortam arayan turistlerin yeni tercihi olmaya başlamıştır.

### **2.1. Butik Otel Tanımı, Anlamı ve Özellikleri**

Butik oteller, otelciliğin özgün bir türüdür. Geleneksel konaklama işletmeleri içerisindeki bazı kategoriler için yapılan tanımların bazı özelliklerini barındırmakla birlikte hiçbiri tam olarak butik otel kavramını açıklayamamaktadır.

Butik otel, Kuzey Amerika kaynaklı bir terim olup, samimi, genellikle lüks veya özel bir tasarıma sahip otelleri anlatmak için kullanılır ([www.en.wikipedia.org](http://www.en.wikipedia.org)). Butik oteller, kişiselleştirilmiş konaklama yapıları ve hizmetleriyle büyük zincir veya marka otellerden farklılık gösterirler. Bazen “özel tasarımlı oteller” veya “belli bir yaşam tarzını sembolize eden oteller” ya da “şehirdeki ev” olarak ta adlandırılmaktadırlar (Caterer Search, 2005).

Butik otel kavramı kısa zaman içerisinde uluslar arası anlamda büyük bir gelişme gösteren konaklama işletmeciliği uygulamalarındandır. Bu gelişmenin ardında, müşterinin şıklık ve konforu bir arada bulabilmesi, yüksek kalitede kişiye özel hizmet ve samimi bir ortam sunularak müşterilerin kendilerini evinde hissetmelerinin sağlanmaya çalışılması ve az sayıda oda kapasitesine sahip olmasına rağmen üst gelir gruplardan turistleri çekebilmesinin bir sonucu olarak yüksek gelir getirmesi gibi sebepler yatmaktadır. Günümüzde artık seyahat edenlerin ihtiyaç ve beklentileri değişmeye başlamıştır. Butik oteller, konfor ve rahatlığın yanında yeni konseptler ve farklı deneyimler arayanlar için yeni bir alternatif olmuştur. Mimari yapısı ve kişiye özel hizmet sunumu ile farklı ve samimi ortam arayan turistlerin yeni tercihi olmuş ve artan taleple bu otellere olan yatırımlar çoğalmıştır (Anhar, 2001).

Bu büyümeye karşın butik otelin tam bir tanımı ya da kategorilendirilmesi henüz yapılamamıştır. Hem akademik hem de sektörel anlamda butik otel kavramıyla ilgili

yapılan tanımlarda ayrılıklar ve benzerlikler bulunmaktadır ([www.en.wikipedia.org](http://www.en.wikipedia.org)). Literatürde de bu kavramla ilgili birçok tanım mevcuttur. Şekil 2’de butik otel kavramına ilişkin literatürde yapılan çeşitli tanımlar verilmiştir. Kesin bir tanımlamanın yapılamamasıyla beraber butik oteller için, küçük, samimi ve kişisel stillerin ve atmosferin hâkim olduğu otellerdir denilebilir. Butik oteller genellikle tasarımı ve iç dekorasyonu bir tema üzerine kurulmuş olan özgün ve şık işletmelerdir. Geleneksel otellerden daha az oda sayısına sahip olmakla birlikte sayı konusunda tam bir sınırlama getirilmemiştir (Lim ve Endean, 2009:39) Fakat literatürdeki yapılan tanımlardan butik oteller için belirleyici maksimum oda sayısının 100 olduğu görülmektedir.

Butik otellere oda sayılarında bir sınırlama getirilmemekle beraber ideal olarak ortalama oda sayılarının 3 ile 100 oda arasında değiştiği görülmektedir ([www.answers.yahoo.com](http://www.answers.yahoo.com)). Türkiye’de ise Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın yayımladığı “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesi ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik” çerçevesinde butik otellere en az 10 oda sınırlaması getirilmiştir (Resmi Gazete, 2005a).

Butik otellerde yüksek kaliteli bir otelin bütün konforları mevcuttur; fakat büyük otellerin büyüklüklerinden kaynaklanan kargaşası butik otellerde mevcut değildir. Sayıca daha az odaya sahip olması kişiselleştirilmiş hizmetin dâhil olduğu en iyi şartların daha iyi gerçekleşmesini sağlamaktadır. Bu nedenle bu otellerin her birinde oda sayısının en alt seviyede tutulduğu görülmektedir (Aggett, 2007:176). Odalarda telefon, kablosuz internet, klima, minibar, kablolu TV gibi çok yıldızlı otellerde görülebilecek birçok hizmeti bulmak mümkündür. Butik oteller müşterilerinin isteklerini 24 saat yanıt verebilen işletmelerdir. Birçok butik otelde dışarıya da açık olabilen restoran ve bar hizmetleri de bulunmaktadır ([www.en.wikipedia.org](http://www.en.wikipedia.org)).

Butik oteller küçük, az sayıda oda ile az sayıda turiste hizmet veren, mutfağı ve sunduğu kişisel hizmet ile ön plana çıkan konaklama işletmeleridir (Bardakoğlu, 2006:54).

Butik otellerde dizayn ve atmosfer açısından farklılık oluşturarak zincir otellere karşı alternatif sunmak amaçlanmaktadır. Yine oda sayıları 50 veya daha az olan tesislerdir (Aggett, 2007:171).



Az sayıda oda sayısına sahip olmaları personel başına düşen misafir oranını da azalttığından kişiye özel hizmet en yüksek düzeyde rahatlıkla verilebilmektedir (Teo ve diğ., 1998: 1).

Farklı mimari yapısıyla misafirlerine sıcaklık ve samimiyeti sunan, genellikle oda kapasiteleri az olan ve 20–55 yaş arasındaki müşteri kitlesini hedef alan işletmelerdir (Albazzaz ve diğ., 2003:5).

Modern, sade, samimi, farklı ve yüksek düzeyde kişisel hizmetin hâkim olduğu otellerdir (Horner ve Swarbrooke, 2005:369).

Oda sayıları 50’yi geçmeyen küçük konaklama işletmelerdir. Genellikle şehir merkezlerinde kurulmuş olmalarına rağmen artık kırsal yerlerde de örneklerini görebileceğimiz otellerdir (Caterer Search, 2005).

Odaları modern ve şık bir şekilde tasarlanmış olup en büyük özellikleri yüksek düzeyde kişisel hizmet sunabilmeleridir (Anhar, 2001).

Butik oteller, diğer otellerden farklı özelliklere ve yüksek modern karaktere sahip olup, maksimum oda sayıları 86 olan otel işletmeleridir. Odalar modern detaylarla ve en yüksek teknolojiyle donatılmış, benzersiz düzeyde servisin ve kişisel hizmetin verildiği otellerdir (Forsgren ve Franchetti, 2004: 32).

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin” 43. maddesine göre ise butik oteller; yapısal özelliği, mimari tasarımı, tefriş, dekorasyon ve kullanılan malzemesi yönünden özgünlük arz eden, işletme ve servis yönünden üstün standart ve yüksek kalitede, deneyimli veya konusunda eğitimli personel ile kişiye özel hizmet verilen en az on odalı tesislerdir (Resmi Gazete, 2005a).

Sonuç olarak yapılan tüm bu tanımlara göre butik oteller için küçük yapıya sahip olmalarına karşın seçkin müşteri kitlesine hitap eden, 5 yıldızlı otel standartlarında konfor sağlayabilen, kendine özgü mimarisi ve özellikleri olan, müşterilerine kendilerini evlerinde hissettirecek özel hizmetler sunmaya çalışan otellerdir diyebiliriz.

Butik otel yöneticilerinin temel hedefi işletmede sıcak ve samimi bir ortam yaratarak turiste kendini evinde hissettirebilmektir.

Yapılan bu tanımlamalar aynı zamanda butik otelleri diğer geleneksel otellerden ayıran önemli özelliklerini de ortaya çıkarmaktadır. Atmosferi, sunduğu kişisel hizmeti, farklı dekoruyla butik oteller diğer büyük işletmelerden ayrılmaktadırlar.

Tüketicinin her türlü ihtiyacı kaliteli bir hizmet sunumu ile karşılanarak müşteri memnuniyeti arttırılmaya çalışılmaktadır. Böylece sağlanacak olan tüketici bağımlılığı ile işletmenin pazardaki konumu genişletilmektedir.

2634 sayılı “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe” göre butik otellerin taşıması gereken nitelikler aşağıdaki gibidir (Resmi Gazete, 2005a);

1. *Modern, reproduksiyon, antika gibi özelliği olan mobilya ve malzemeler ile tefriş ve dekorasyon,*
2. *Beş yıldızlı otel odaları için belirlenen nitelikleri taşıyan konforlu odalar,*
3. *Kapasiteye yeterli kabul holü, kahvaltı salonu, oturma salonu,*
4. *Yönetim odası,*
5. *Alakart lokanta,*
6. *Genel mahallerde klima sistemi,*
7. *Yirmi dört saat oda servisi,*
8. *Çamaşır yıkama ve kuru temizleme hizmeti,*
9. *Otopark hizmeti,*
10. *Odalara, müşteri tarafından seçilen en az bir adet günlük gazete servisi.*

Butik oteller genellikle şehir merkezlerinde kurulmuş olmalarına rağmen artık kırsal ve şehir merkezi dışındaki yerleşim yerlerinde de sayıları artmaya başlamıştır (Caterer Search, 2005).

Butik oteller genellikle kişisel veya küçük sermayeli şirketler tarafından işletilmektedir. Bununla birlikte, butik oteller önemli miktarda ana sermaye yatırımı gerektiren tam gün işletmelerdir. Bu denli geleneklere uymayan ve riskli görünen işletmeler için banka

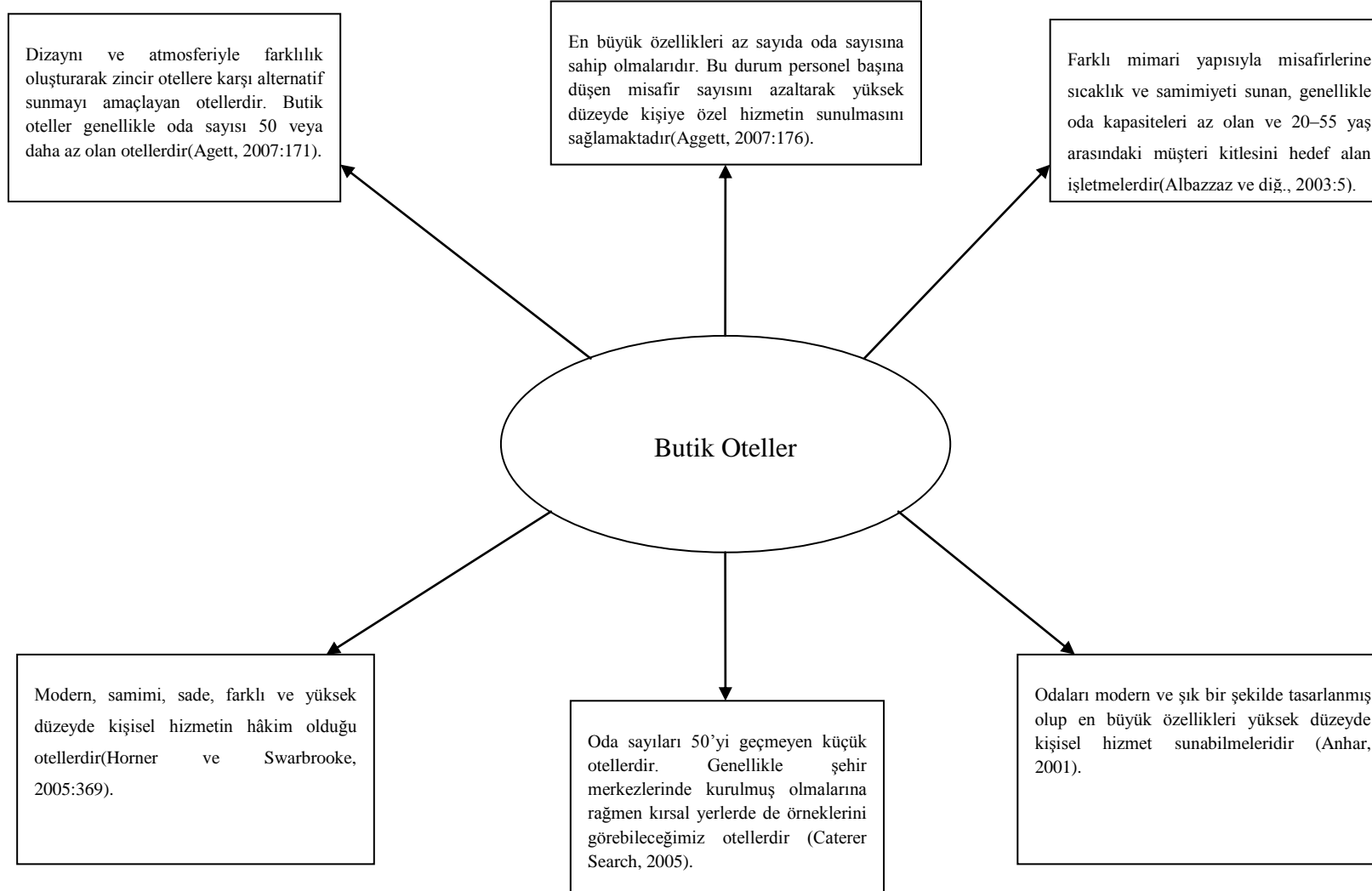
finansmanı temini de daha zordur. Dahası, bu tip bir yatırımdan getiri elde etmek için fiyatlar üzerinde yukarı doğru bir baskı oluşacaktır. Bu da butik otellerin fiyatlarını dört ve beş yıldızlı otellerin fiyatlarıyla aynı düzeye iter ([www.en.wikipedia.org](http://www.en.wikipedia.org))

Butik oteller niceliksel olarak geleneksel küçük otel yapısında olsalar da pazarda beş yıldızlı ve zincir otellerle rekabet halindedir.

Yapılan tüm bu tanımlar doğrultusunda butik otellerin özelliklerini aşağıdaki gibi özetleyebiliriz;

- Genellikle şehir merkezlerinde kurulan,
- Genellikle oda kapasitesi 100'ün altından az olan (bu özelliğiyle küçük ölçekli konaklama işletme yapısındadır),
- 5 yıldızlı otel standartlarında konfor ve hizmet sağlayan (dolayısıyla pazarda beş yıldızlı otellere rakip olabilen),
- Sağladığı konfor ve hizmetle yüksek gelir grubu müşterilere hitap edebilen(oda ücretleri açısından da beş yıldızlı büyük otellerle yarışabilen)
- Özgün ve farklı atmosferi ve mimari yapısıyla kimlik kazanmış (başka bir işletmede benzerini göremeyeceğiniz detaylarla dizaynın yapıldığı),
- Genellikle eski yapıların restore edilmesi ile turizme kazandırılan,
- Yöre mimarisine uygun olarak inşa edilmiş, çarpık yapılaşmaya ve betonlaşmaya neden olmayan,
- Tüketici eğilimleri doğrultusunda ürünlerini ve hizmetlerini oluşturan,
- Hedef müşteri kitlesini iyi analiz etmiş, devamlı müşterilerini iyi tanıyan ve isteklerine anında cevap verebilen,
- Kişisel hizmet sunarak gelen misafire kendini özel hissettiren ve müşteri memnuniyetini ön planda tutan otel işletmeleridir.

## Şekil 2 : Butik Otellerin Tanımı



**Kaynak:** Agett (2007:171)' den uyarlanmıştır.

## 2.2. Butik Otellerin Turizm Sektöründeki Yeri ve Önemi

Turizm endüstrisi ödemeler dengesindeki açığı kapatan bir sektör olması nedeniyle Türkiye ekonomisi için büyük önem taşımaktadır. Türkiye modern tesislere, zengin ve özgün kaynaklara sahip olmasıyla beraber ürün çeşitliliğinin az olması ve yatırımların bölgesel olarak yoğunlaşması nedeniyle fazla gelişme gösterememektedir. Son yıllarda butik otel olarak adlandırılan kişisel hizmetin ve farklı mimari yapının hâkim olduğu konaklama işletmelerinin ülkemizde de varlık göstermeye başlaması turizmi çeşitlendiren unsurlardan birini oluşturmaktadır (Akalın, 2006:29).

Türkiye doğal ve tarihi güzellikleri ile zengin bir ülke olduğu halde potansiyeli tam olarak değerlendirilememekte ve deniz-güneş-kum üçgeninde sıkışıp kalmaktadır. Ancak ülkenin çeşitli yerlerinde temalı ya da temasız olarak faaliyet gösteren butik oteller ülke turizmin gelişmesini ve çeşitlenmesini desteklemektedir. Bu tip konaklama işletmelerinde kalan turistler evlerini aratmayacak bir konforla ağırlanırken personel ve yöneticilerle yakın iletişim kurma şansına da sahip olmaktadır (Bardakoğlu, 2006:111). Butik otellerde kapıdan içeri girer girmez kendilerine samimi bir şekilde adlarıyla hitap edilmektedir, gelen misafirin hangi yemekleri sevdiği bilinmektedir. Odalarında olması gereken küçük ayrıntılara dikkat edilir, müşteri otelde kalmasa bile özel günleri hatırlanır ve tebrik gönderilir. Onlara bir müşteri gibi değil, ev sahibi, evin bir üyesi gibi davranılır. Çok büyük tesislerde kendisinin kaybolduğunu düşünen, otel tarafından kendisinin daha fazla fark edilmesini ve ilgilenilmesini bekleyen müşterilerin tercihi dolayısıyla butik otelden yana olmaktadır.

İşletmeden memnun ayrılan turistler evlerini aratmayacak bir konforla ağırlanırken aynı zamanda personel ve yöneticilerle de yakın iletişim kurma şansına sahip olmaktadır. İşletmeden memnun ayrılan turist hem çevresine tanıtım yapmakta hem de her yıl aynı otelde konaklamak istemektedir. Ayrıca turist her şey dâhil konaklama işletmelerinde olduğu gibi otele kapanıp kalmamakta, dışarı çıkarak yaptığı alışverişler sayesinde ülkeye döviz bırakmaktadır. Butik otellerin gelişmesindeki temel etken turizmin çeşitlendirilerek yılın dört mevsime yayılmasıdır. Böylece ülke ekonomisi de turizmden daha fazla pay almaya başlayarak ödemeler bilançosundaki dengesizliğin giderilmesine katkıda bulunmuş olacaktır.

### 2.3. Butik Otel Kavramı ve Benzer Diğer Otelcilik Türleri ile İlişkisi

Butik oteller dünyada yaygın olan bir kavramdır. Paralı ve üst düzey turisti çekebilen, gelen turistlerin kendilerini evlerinde hissettirerek alışkanlık yaratan, çok özel hizmetler verebilen küçük, şık ve konforlu bu tür otellerin önemi de giderek artmaya başlamıştır. Dünya turizminde giderek daha fazla pay almak isteyenlerin de yatırımları bu yönde olmaya başlamıştır. Son yıllarda tüm dünyada butik otellere olan ilgi artınca büyük otel zincirleri dâhil bir çok kişi yatırımlarını bu alana yapmıştır. Diplomat, işadamı gibi seçkin müşteriler tarafından tercih edilen ve az sayıda odasıyla beş yıldızlı otellerin üstünde hizmet veren butik oteller aynı zamanda beş yıldızlı otellerden de daha pahalı olabilmektedirler.

Butik otel pazarının bu kadar gelişmiş olmasına rağmen butik otel kavramıyla ilgili hala bazı karışıklıklar, ayrılıklar mevcuttur. Yani henüz tam olarak butik otelin bir tanımı ya da kategorilendirilmesi yapılamamıştır. Global anlamda butik kelimesi otelleri sınıflandıran ve belgelendiren otoriteler tarafından ayrı bir kategoriden ziyade bir sıfat olarak ele alınmaktadır (Duyar, 2007: 18).

Bu bağlamda, Dünya’da ve Türkiye genelinde butik otel sınıflandırması konusundaki ayırımın üzerinde durmak açıklayıcı olacaktır.

#### 2.3.1. Dünya Literatüründe Butik Otel

Butik oteller yıllardır vardı. Fakat yeni bir kavram ya da konsept olarak kullanılması 20. yüzyılın sonlarında gerçekleşen bir olaydır. Butik otel uygulamaları ilk olarak 1980’li yılların başında New York, Londra, San Francisco gibi metropol şehirlerde görülmeye başlanmıştır. Butik otel uygulamalarının ilk örnekleri olarak kimileri 1981 yılında mimar Anouska Hempel tarafından tasarılan Londra’daki The Blake’s otelini , kimileri ise 1984 yılında Andree Putnam tarafından tasarılan ve Ian Schrager ile Steve Rubell tarafından New York’ta açılan Morgans otelini göstermektedirler (Lim ve Endean, 2009:38).

Butik terimini otel işletmeleri için ilk kullananlar New York City Club ve Studio 54’ün kurucularından Steve Rubell’dir ve ortağı Ian Schrager’dir. Ortağı Ian Schrager’le beraber Morgans otelini açarak, butik otel konseptini dünyaya tanıştırmışlardır. (www.ianschragercompany.com). Steve Rubell’den yeni otellerini tarif etmesi

istendiğinde yanıt olarak “diğer oteller birer büyük mağaza ise Morgans küçük bir butikdir” cevabını vermiştir. Morgans oteliyle, bir konaklama işletmesinden daha çok gelen konuklar için bir ev inşa etmeye çalıştıklarını belirtmiştir (Duyar, 2007:11). Başlarda butik otel sektörünün gelişmeyeceği tahmin edilmiş olsa da bu sektörün gelişimi barizdir. Butik otel pazarının büyüklüğünü ifade etmek çok zordur çünkü resmi bir tanım bulunmamaktadır.

1980’li yılların başlarında ilk örnekleri görülmeye başlayan butik oteller kısa zaman içerisinde uluslar arası anlamda büyük bir gelişme göstermişlerdir (Anhar, 2001).

90’lı yıllarda butik otel kavramı iyice yaygınlaşmaya başlamış ve genellikle oda sayısı 50 ile 100 arasında olan, bireysel tasarımların hâkim olduğu otelleri ifade etmek için kullanılmaya başlanılmıştır (Freund de Klumbis, 2004:7).

Münferit olarak ya da küçük şirketler tarafından işletilen butik otellerin popülaritesinin artması Starwood Hotels ve Resorts’ W Hotels gibi uluslar arası firmalarında kendi butik otel markalarını yaratması sonucunu doğurmuştur (Freund de Klumbis, 2004: 8). Bununla beraber Rezidor SAS ve Intercontinental gibi geleneksel otel zincirleri de kendi butik otel markalarını yaratarak pazarı test etmişlerdir. Hilton otelde kendi butik otel versiyonunu Londra’da açmıştır (Agett, 2007: 169).

Butik otellerin başarısı günümüzde insanların sanata, kültüre ve farklı deneyimlere olan ilgisine bağlanmaktadır (Freund de Klumbis, 2004). Çünkü artık insanlar sadece geceleme ihtiyacını karşılayan oteller değil onlara bunun yanında farklı tecrübeler ve hizmetler veren işletmeler aramaktadırlar.

Otelleri sınıflandırma kriterleri ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Dünya genelinde yaklaşık olarak 100 farklı derecelendirme sistemi ve de farklı otel türlerini birbirinden ayırmak için kullanılan çeşitli semboller (yıldız, elmas gibi) vardır. Devletçe kontrol edilen veya özel olarak geliştirilmiş derecelendirme sistemleri, otel sınıfını belirlemek için kullanılan araçlardır. Bunlar, İsviçre’nin kendi kendine değerlendirme planından Güney Afrika’daki otellerin kalitelerini yükseltmeleri için vergi teşviklerinin uygulandığı zorunlu dereceleme planına kadar geniş bir aralığa yayılır. Resmi derecelendirme sistemlerini kullanan yaklaşım uluslar arası olmaktan ziyade her bir ülkenin kendi içinde standartlaştırılmıştır (Cser ve Ohouchi, 2008:382). Dünya Turizm

Teşkilatı'na (World Tourism Organization/WTO) üye çoğu ülke WTO ve Resmi Otel ve Resort Rehberi (Official Hotel and Resort Guide/OHRG) tarafından tavsiye edilen beş sınıflandırma benimsemiştir. Bu sınıflandırmaya göre En üstte “Lüks Sınıf” yer alır bunu “Birinci Sınıf” izler. Daha sonra, bazen ekonomik veya ikinci sınıf olarak ta adlandırılan “Turistik Sınıf” gelir. Odaların kapasitesi, kullanılan mobilyaların kaliteleri, otelin içerisindeki diğer birimlerin (konferans, ziyafet, restoran gibi) sayısı ve kapasiteleri bu sınıflandırmanın yapılmasında kullanılan ölçütlerdir (Caribbean Tourism Organisation, 2002).

Butik otel tanımı konusunda resmi bir tanımın bulunmaması bu tür otellerin farklı isimler altında da kullanılmasına neden olmuştur. Butik otel kavramı yerine “dizayn otel”, “şıklığın oteli” ya da “yaşam tarzı” gibi terimlerde kullanılabilir. Amerika ve İngiltere’de ise Automobile Association (AA) otel sınıflandırma sistemi kullanılmaktadır. Bu sınıflandırma sistemine göre ise butik oteller, “town house” (şehirdeki ev) olarak adlandırılmaktadır ve küçük, kişisel gizliliğin yüksek derecede olduğu, odaların ve suitlerin lüks mobilyalarla tefriş edildiği, yüksek kalitede oda servisi hizmetinin verildiği dört ve beş yıldız otel standartlarındaki otel işletmelerini nitelemek için kullandıkları bir kavramdır. Farklı çalışmalar ise “alternatif” teriminin butik otelleri tanımlamak için daha faydalı olduğunu düşünmektedir (Lim ve Endean, 2009).

### **2.3.2. Türkiye’de Butik Otel Kavramı ve Bu Kavramla Karıştırılan Diğer Otelcilik Türleri**

Türkiye’de “Butik Otel” tanımlamasını, resmi olarak sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Butik Otel” belgesi verilen işletmeler kullanabilmektedir.

Turizm Bakanlığı’nın beş yıldızlı oteller için öne sürdüğü nicel gerekleri yerine getirmediğinden beş yıldızlı otel olmayan, buna mukabil nitel gerekler açısından çoğu beş yıldızlı otel ile birinci sınıf tatil köyünü çok geride bırakan, hizmet kalitesi ve fiyatları yüksek, tasarımcıları isim, nam, şan ve şöhret sahibi mimarlar olan, çoğu küçük yerleşim birimlerinde, çok özel doğa parçalarında bulunan yeni nesil bir konaklama türüdür.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırımlar ve İşletmeler Genel Müdürlüğü “Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliğini” 21 Haziran 2005 yılında yeniden



düzenlemiş ve butik otel işletme belgesi alabilmek ve butik olarak tanımlanabilmek için belirlenen ölçütleri bu yönetmelik çerçevesinde belirtmiştir. Yani ülkemizde butik otel, konaklama işletmeleri içerisinde ayrı bir kategori olarak değerlendirilmektedir. Yani dünyadaki genel uygulamanın aksine Türkiye’de butik oteller ayrı bir sınıf olarak tanımlanmaktadır.

Tablo 5’te görüldüğü üzere 2008 yılı sonu itibariyle Türkiye’de turizm yatırımı belgeli toplam 42, turizm işletmesi belgeli de toplam 9 butik otel bulunmaktadır. Bunlardan 3’ü turizm yatırımı belgeli ve 1’i de turizm işletmesi belgeli olmak üzere 4 tanesi İstanbul’da bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008). Yine Tablo 5’i incelediğimizde Türkiye’deki butik otellerin ve bu otellerin oda sayıları incelendiğinde ortalama 40 odaya sahip olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 5 : Türkiye’deki Butik Otellerin Sayısı**

YILLAR	TURİZM YATIRIMI BELGELİ			TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2005	6	250	550			
2006	16	684	1542	2	118	250
2007	36	1392	3437	3	171	361
2008	42	1741	4642	9	389	813

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008<sup>1</sup>

Türkiye’de henüz yeni bir kavram olsa da batı ülkelerinde 1980’li yılların sonlarından itibaren yükselen otelcilik anlayışıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe” yeni bir kategori olarak butik otel maddesini eklemesiyle, butik otel yatırımları Haziran 2005’ten itibaren

<sup>1</sup> 2010 yılı İstanbul İl ve Kültür Turizm Müdürlüğü verilerine göre İstanbul’da 2008 sonu itibariyle 4 olan butik otel sayısı 6’ya çıkmıştır.

hızlanmıştır. İstanbul başta olmak üzere çeşitli turizm bölgelerinde butik otel yatırımları artmaya başlamıştır. Çünkü değişen seyahat eğilimleriyle beraber butik otellere olan rağbet artmaya başlamıştır. Türkiye’de özellikle son yıllarda son derece başarılı örnekleri mevcuttur.

Türkiye’de butik otel ayrı bir konaklama türü olarak sınıflandırılıp, nitelendirilse de sektörel anlamda butik oteller hala doğru olarak kullanılmamaktadır. Kendisiyle ortak özellikler taşıyan küçük ölçekli konaklama işletmeleri ile özel tesisler butik otel kategorisinde değerlendirilmekte ve bu işletmeler bu şekilde pazarlanmaktadır.

Bu nedenle bu ayırımı yapabilmek adına küçük ölçekli konaklama işletmeleri ve özel tesisler ile bu işletmelerin butik otellerle olan benzerliklerini, farklılıklarını ve birbirleriyle olan ilişkilerini incelemekte yarar vardır.

### ***2.3.2.1. Türkiye’de Özel Tesisler ve Butik Otel İlişkisi***

Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelikte bir diğer kategori olarak değerlendirilen otellerden biri de özel tesislerdir. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin” 42. maddesine göre ise *özel tesisler; yapı, sokak, doğa, sanat, tarih gibi özelliklerden biri bulunan deneyimli veya konusunda eğitimli personel ile nitelikli hizmet sunulan ve/veya özgünlük, üstün hizmet, ulusal veya uluslararası şöhret gibi nitelikleri nedeniyle işletme özelliği arz eden, deneyimli ve konusunda eğitimli personel ile nitelikli hizmet sunulan tesisler, olarak tanımlanmaktadır.*

Özel tesis turizm işletmesi belgesi taleplerinde, tesis özelliğine ilişkin ayrıntılı görsel ve yazılı doküman ile Bakanlığa başvurulur. Tescilli kültür varlığı niteliğindeki yapılarda gerçekleştirilenler dışındaki özel tesislere turizm yatırımı belgesi verilemez.

Özel tesis sayısı butik otellerin sayısından fazladır. Tablo 3’te de görüldüğü üzere Türkiye’de 2008 sonu itibariyle turizm yatırımı belgeli toplam 12, turizm işletmesi belgeli de toplam 170 özel tesis bulunmaktadır. Türkiye’nin en çok turizm tesisi olan üçüncü ili konumundaki İstanbul’da 5’i turizm yatırımı belgeli, 59’u turizm işletmesi belgeli olmak üzere toplam 64 adet özel tesis bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008). Özel tesis ve bunların oda sayıları incelendiğinde ortalama 32 odaya sahip oldukları görülmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından özel tesisler için yapılan tanımlama küresel anlamda yapılan butik otel kavramını karşılar niteliktedir. Özel tesisler, küresel perspektifte incelendiğinde, “butik otel” kavramıyla benzeşen bir anlam içermektedir.

Seyahat edenlerin, otantik deneyimle elde etme arzusu ve yerel kültürlerle iletişim kurabileceği seyahat ve konaklama türlerine olan ilgisinin artması, turizmin yeni eğilimleri içindedir ve bu açıdan otantizm ve yerel nitelikler barındırma da konaklama işletmeleri açısından göz ardı edilmemesi gereken bir husustur (European Travel Commission, 2010).

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yaklaşımı irdelendiğinde “Butik Otel” ve “Özel Tesis” kavramlarının, “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik” çerçevesinde, yıldız sınıflandırmalarını tamamlayıcı iki ek sınıf olarak tanımlandığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle Kültür ve Turizm Bakanlığı, bir yıldızdan beş yıldıza kadar getirmiş olduğu sınıflandırmanın, butik otelleri ve özel tesisleri kapsamayacağı düşüncesiyle; yeni iki sınıf belirleyerek bu tip konaklama işletmelerini Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde belgelendirme yoluna gitmiştir. Fakat bu iki kategori içerisindeki benzerlikler de sektörde bu iki kategorinin anlam kargaşası yaşamasına ve her ikisinin de aynı kategoriymiş gibi kullanılmasına neden olmuştur.

1995 yılında Türkiye genelinde 12 otel tarafından kurulmuş olan Özel Belgeli, Özel Nitelikli ve Butik Otelciler-Turistik İşletmeciler derneği (ÖZBİ), Türkiye'deki en geniş kapsamlı özel belgeli, özel nitelikli ve butik oteller birliği olarak öne çıkmaktadır. Mimari ve hizmet özellikleriyle farklılık gösteren; kişiye özel hizmet sunan ve çoğu zaman bilfiil işletme sahipleri tarafından işletilen otelleri bir çatı altında toplamak amacıyla hayata geçirilmiştir ([www.historicalhotelsofturkey.org](http://www.historicalhotelsofturkey.org)).

### **2.3.2.2. Küçük Oteller ve Butik Otel İlişkisi**

Turizm ürününün yapısı gereği, dünya genelindeki turizm işletmelerinin büyük çoğunluğu, küçük işletmelerden oluşmaktadır. Düşük miktarda bir sermaye ile finanse edilebilen bu işletmelerin kurulması ve yönetilmesi büyük ölçekli konaklama işletmelerine göre daha kolaydır. Bu işletmeler genellikle özel şahıslara ait aileler tarafından işletilen, çalışanlarının geneli yerel halktan oluşan, yerel ekonomiden mal ve

hizmet satın alarak, yerel ekonomiye ve bölgesel gelişime katkı sağlayan işletmelerdir. Aynı zamanda yarattıkları katma değerden, küçük yerleşim alanları ve bölgelerin pay almasını sağladıkları gibi, istihdam yaratma açısından da büyük önem taşımaktadırlar (Şahin, 2006: 70).

Küçük oteller, bireysel olarak veya küçük gruplarca finanse edilip ve şekillenmiş bir yönetim yapısıyla değil de; doğrudan sahiplerinin kişiselleştirilmiş davranışlarıyla yönetilirler. Bu tür oteller, en az bir yönetim fonksiyonu için sürekli olarak bir dış acentaya bağlı olabilirler. Küçük oteller, bağımsız bir kişi ya da ufak bir grup tarafından sahip olunan, finanse edilen ve yine sahipleri tarafından kişiselleştirilmiş bir yönetim yapısıyla yönetilen işletmelerdir. Konaklama sektörü içinde küçük otelleri büyük otellerden ayıran kriterlerin sahip olunan fiziksel özelliklerin, üretim/hizmet kapasitesinin ve çalışan sayısının azlığı olduğu görülmektedir (Paraskevas ve Buhalis, 2002).

Karayolu ulaşımın gelişmesi ile birlikte seyahat edenlerin sayısının artması ve bunun sonucunda doğan ihtiyacın giderilmesi amacıyla ortaya çıkan küçük oteller, zaman içerisinde değişen taleplere daha rahat uyum sağlayabilmeleri nedeni ile büyük gelişme göstermişlerdir. Önceki dönemlerde sadece geceyi geçirmek amacıyla konaklanan bu tip işletmelerde günümüzde uzun süreli tatiller geçirilebilmektedir. Çünkü küçük işletmelerde çalışan personel müşteri ile birebir iletişim kurarak samimi bir ortam oluşturmaktadır. Günümüz turist tipinin de beklediği sıcak ilgi ve alakadır. Turist kişisel hizmet gördüğü bir işletmede kendisini daha rahat hissetmektedir. Bu durum tüketici de işletmeye karşı bağımlılık yaratmaktadır.

Türkiye’de küçük ölçekli işletme tanımının ortak olmayışı, özellikle turizm sektörü ve konaklama işletmeleri alanında elde yeterli ve gerçekçi envanterin sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan belgeli işletmelerle sınırlı olması nedeniyle, ulusal ve uluslar arası alanda yapılmış “küçük ölçekli işletme” tanımları esas alınarak sektörün yapısına uygun olarak küçük ölçekli konaklama işletmesi tanımı yapılmıştır. Buna göre;

- Personel sayısı açısından 1-49 arasında çalışana sahip olan,
- Oda sayısı 100’ün altında olan,

- 120 ve 120'nin altında yatak kapasitesi bulunan,
- Hizmet birimleri ve standartları açısından, Turizm İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliğinde belirtilen azami 4 yıldızlı otel, pansiyon, motel, apart otel ölçütlerine sahip olan işletmeler küçük ölçekli konaklama işletmesi kapsamında değerlendirilmektedir (Şahin, 2006:19).

Türkiye'de turizm sektöründe hizmet veren işletmelerin büyük çoğunluğunu küçük ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2008 Aralık) verilerinden, Bakanlık Belgeli 3338 işletmeden; 4 yıldızlı oteller ve onun altında yer alan konaklama işletmeleri verileri esas alındığında, konaklama işletmelerinin %60'ının (2034), 2006 yılı verilerinden de Belediye Belgeli 7033 işletmeden; otel, motel, pansiyon verileri esas alındığında da, bu konaklama işletmelerinin %98'inin (6924) küçük ölçekli konaklama işletmesi statüsünde olduğu görülecektir.

Küçük otel işletmeciliği her şeyden önce büyük boyutlarda finansman sorunu ortaya çıkarmadığından girişken, dinamik ve yetenekli kişileri turizm alanına çekmektedir.

Küçük ölçekli konaklama işletmeleri genellikle sahipleri tarafından yönetilen ve gelirlerinin büyük bir kısmı oda satışından elde edilen işletmelerdir. İşletme sahibi hem girişimci hem de yönetici konumundadır. Böylece hareket serbestliğine sahip olan girişimciler, yeni düşüncelerini uygulamaya dökebilme, yeni buluşlar ortaya koyup hayallerini gerçekleştirebilme ve yeteneklerini kanıtlayabilme şansına sahiptirler. Beklenmedik durumlar karşısında hızlı karar alınabildiği için sorunlar kısa sürede çözülebilmektedir.

İşletme sahibi hem girişimci hem de yönetici konumunda olduğundan bütün birimler rahatlıkla kontrol edilebilmektedir. Sınırlı sayıda bölümü ve az sayıda çalışanı olan bu işletmelerde tüm kademeler rahatlıkla kontrol edilebilmekte ve kararlar hızlı bir şekilde alınabilmektedir. Sayısı zaten az olan alt kademedeki personel ile yönetici arasında birebir iletişim söz konusudur. Böylece idareci personelinin iş verimini, çalışma performansını iyi ölçebildiği gibi, iş dışındaki yaşantısını da rahatlıkla takip edebilmektedir. Çalışanlar herhangi bir sorunla karşılaştığında işveren anında müdahale edebilmektedir bu da personelin işine ve çalıştığı kuruma olan bağlılığının artmasını sağlamaktadır.

Küçük ölçekli otellerin sahibi- yöneticisi gerek kendisi ve gerek ailesi için işletmenin gelirinin önemli bir kısmına ulaşan, konaklama ve yeme-içme gibi maddi olmayan çıkarlar sağladığından, oteli bir işletmeden çok bir ev gibi yönetmektedir. Bu da pazarlamaya kişisel bir yaklaşım getirmekte ve genellikle rahat ve samimi bir ortam yaratarak müşterinin psikolojik tatminini arttırmaktadır. Küçük otel işletmeleri, farklı zevk ve alışkanlıklara, özel isteklere ve farklı müşteri psikolojisine uyum sağlayabilecek esnekliğe sahiptirler. Bu esneklik nedeniyle, talep dalgalanmalarından, değişen ekonomik ve politik koşullardan daha az etkilenirler (Barutçugil, 1984:79).

Butik oteller için çalışmanın daha önceki bölümlerinde de belirtildiği gibi tam olarak resmi bir tanım ve kriterleri açısından bir sınırlama yapılamamıştır. Yapılan tanımlardaki küçük, az sayıda oda sayısı ve gelen konukla çalışanlar arasında samimi ilişkilerin kurulabilmesi gibi kriterler konaklama sektöründeki diğer benzer özellikteki küçük ölçekli konaklama işletmelerinin de butik otel kategorisinde değerlendirilmesine ve bu tür otellerin butik otel adı altında pazarlanmasına neden olmuştur. Dünyada çok özel standartlarda otellere verilen butik otel kategorisi, ülkemizde kavram olarak yeni olması nedeniyle daha çok küçük otelleri ifade etmek için kullanılan bir kavram olmuştur. Bu durum son yıllarda dünyada hızla gelişen butik otelcilik anlayışının Türkiye’de kavram kargaşasına neden olmuştur ([www.tumgazeteler.com](http://www.tumgazeteler.com)).

Butik otel kavramı dünyadaki tanımların tersine Türkiye’de ucuz, küçük, lüks olmayan otel türleri için de kullanılan bir kavram olmuştur. Butik otel olarak tanımlanabilmek için sadece küçük ve şirin bir binaya sahip olmak ve düzgün hizmet sunmak yeterli olmamaktadır. Gerçek anlamda “butik otel”, özel bir yerde konumlanan, farklı mimari anlayışı ile birleşen ayrıksı bir kurguya sahip, sınırlı sayıdaki ziyaretçiye kişiselleştirilmiş ve eksiksiz hizmet sunan şık ve modern bir tür otel olarak tanımlanmaktadır. Fakat hala butik otel kavramı doğru olarak kullanılmamaktadır. Kendisiyle ortak özellikler taşıyan küçük ölçekli otel işletmeleri ile özel tesisler butik otel kategorisinde değerlendirilmekte ve bu tür konaklama işletmeleri butik otel adı altında pazarlanmaktadır.

Türkiye’de sayıca butik otel konseptiyle hizmet veren konaklama işletmelerinin fazla olmasıyla beraber gerçek manada butik otel işletme belgesine sahip tesis sayısı Tablo 5’te de görüldüğü üzere 2008 yılı itibariyle 51’dir.

## **2.4. Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerde Temel Bölümler**

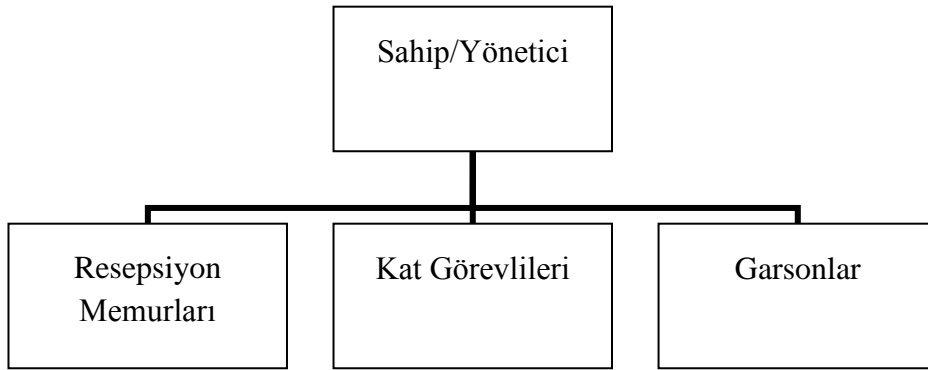
Her otel işletmesinin faaliyet bölümleri birbirinin aynısı olmadığı için, organizasyon yapıları her bir işletmenin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik oluşmaktadır. Bütün işletmeler amaçlarına ulaşmak ve görevlerini yürütmek için iyi bir organizasyon yapısına ihtiyaç duyarlar. Bu organizasyon yapısını göstermenin en yaygın biçimi de organizasyon şemasıdır. Organizasyon şeması işletme içindeki pozisyonlar arasında var olan ilişkilerin şematik bir gösterimidir. Organizasyon şemasında; işletmenin tümünde her pozisyonun nereye yerleştiği ve yetki sınırları ile sorumluluk alanları açıkça görülür.

Butik otel işletmelerinde de temel bölümler sektördeki diğer küçük ve orta ölçekli konaklama işletmelerinden farklı değildir. Ancak bu işletmeler sundukları kaliteli ve farklı hizmet yapısı ile ön plana çıkmakta ve müşteri bağlılığı yaratarak pazar paylarını arttırmayı hedeflemektedirler. Bu nedenle bu bölümde butik otellerle nicel olarak benzer özellikte olan küçük konaklama işletmelerindeki temel bölümler incelenecektir.

Küçük ölçekli konaklama işletmelerinin organizasyon yapısını oluşturan temel bölümler incelendiğinde, otel faaliyetlerinin daha iyi anlaşılması sağlanmış olacaktır. Küçük ölçekli konaklama statüsünde olan konaklama işletmelerinin organizasyonunda genel olarak bulunan temel bölümler şunlardır:

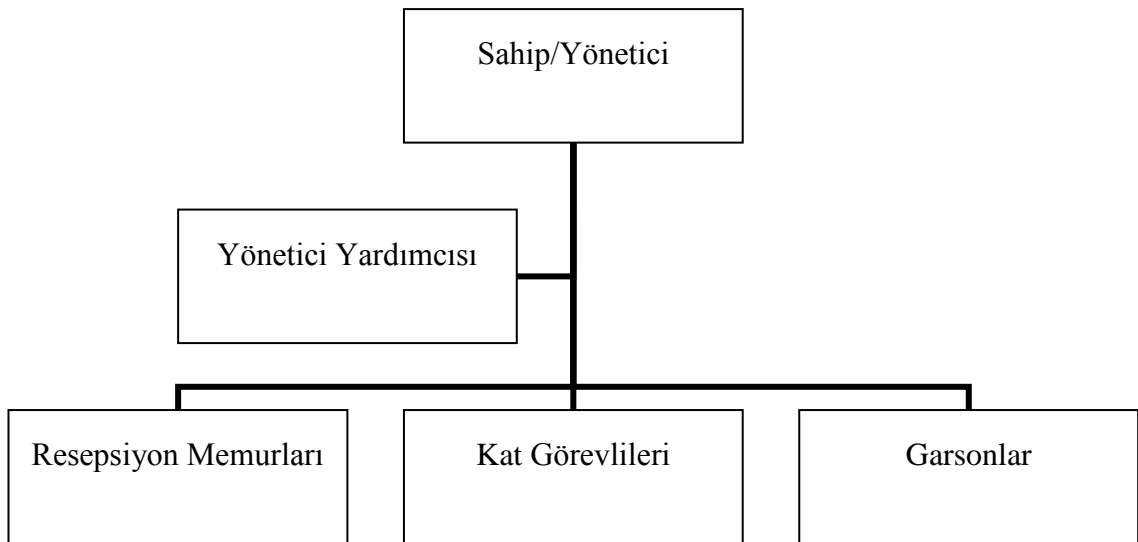
1. Yönetim Bölümü
2. Odalar Bölümü
3. Yiyecek- İçecek Bölümü
4. Pazarlama Bölümü

**Şekil 3 : Küçük Bir Otelin Organizasyon Şeması**



**Kaynak:** Medlik (1997:180)'den uyarlanmıştır.

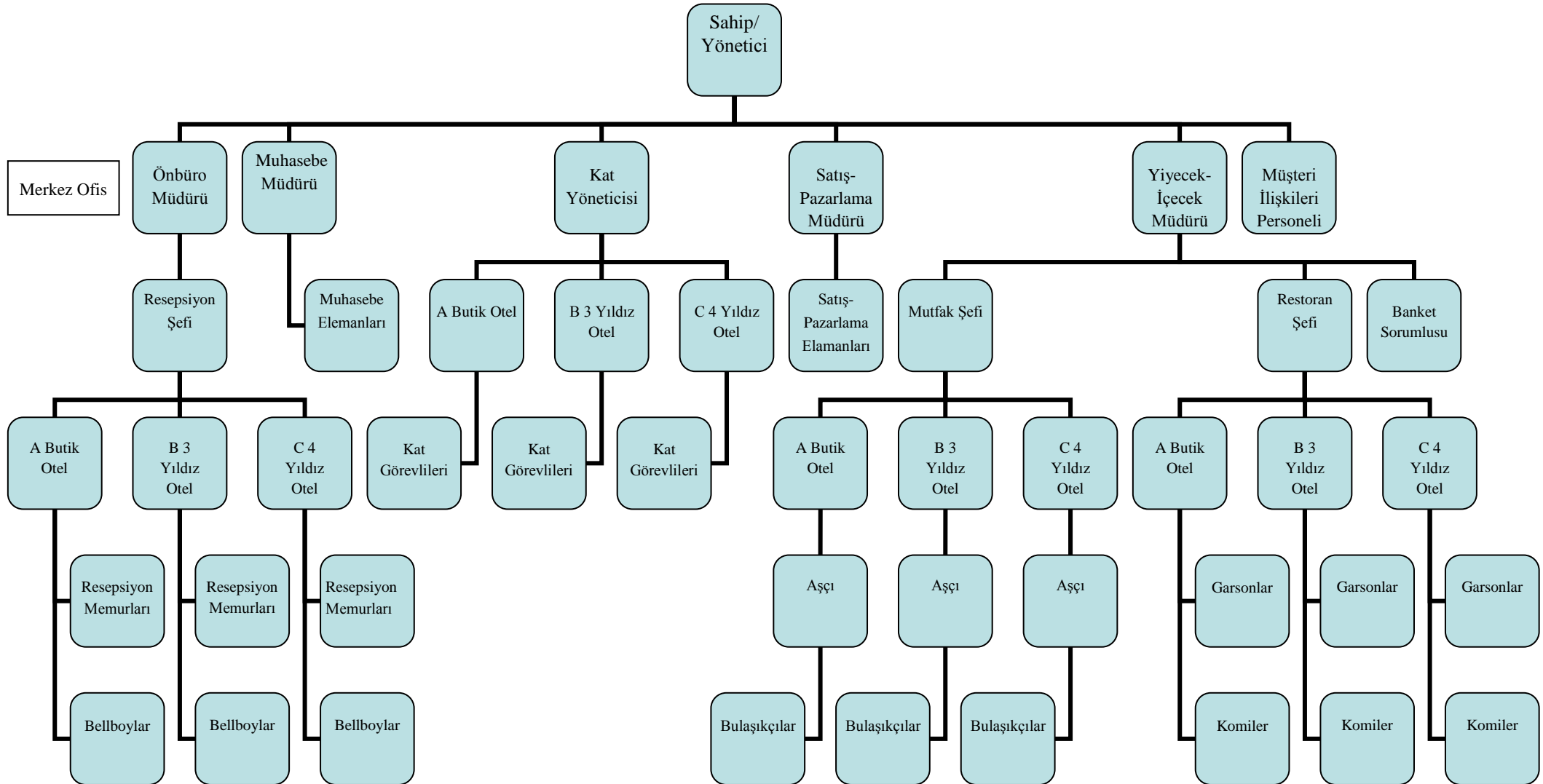
**Şekil 4 : Özel Tesis Organizasyon Şeması**



**Kaynak:** Uygulamadaki Bir Örnek Otelden Faydalanılmıştır.

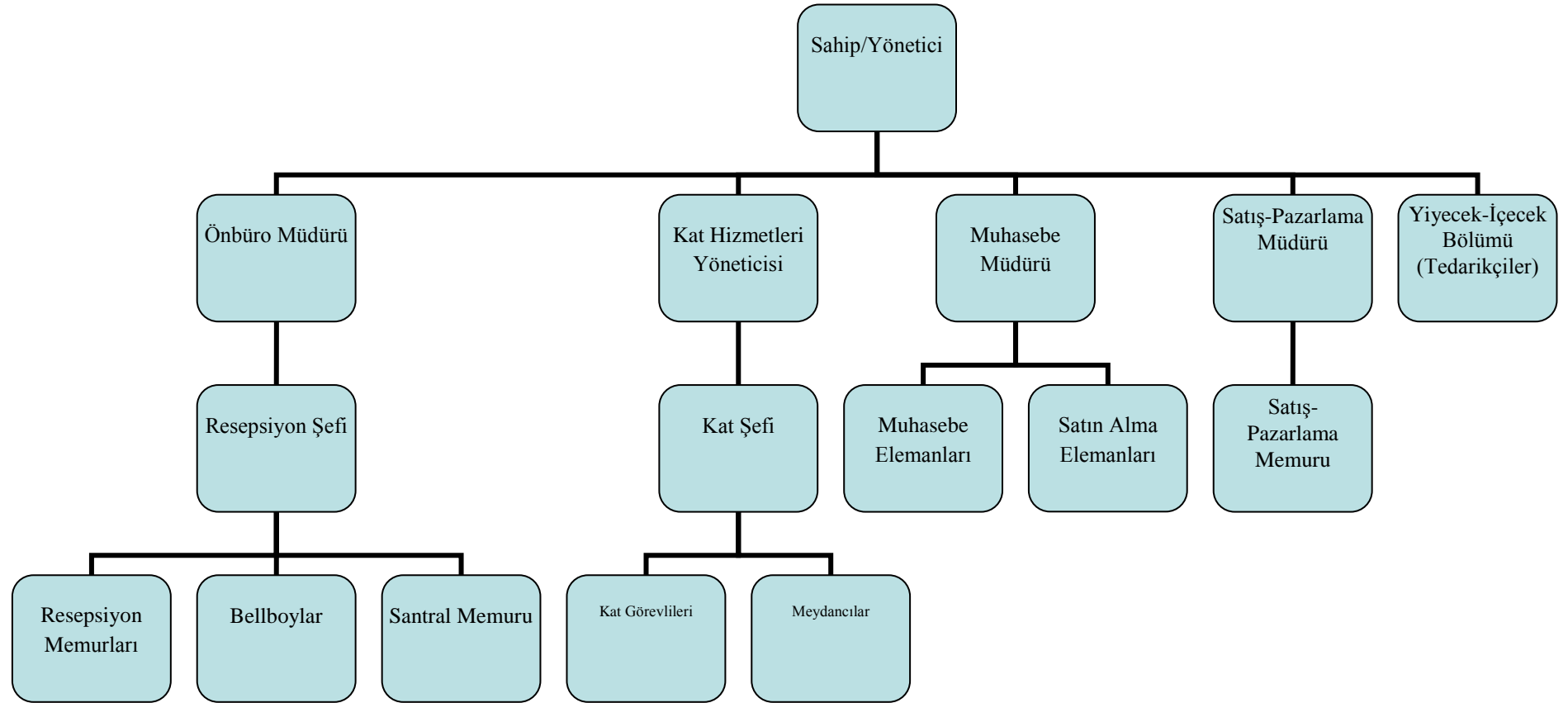


Şekil 5 : Uygulamadaki Zincir Bir Turizm İşletmesinin, Butik Otel Organizasyon Şeması



**Kaynak:** Uygulamadaki Bir Örnek Butik Otelden Faydalanılmıştır.

**Şekil 6 : Butik Otel Organizasyon Şeması**



**Kaynak:** Uygulamadaki Bir Örnek Butik Otelden Faydalanılmıştır.

Yukarıdaki şekillerde uygulamadaki küçük ölçekli konaklama işletmesi, özel tesis statüsündeki konaklama işletmeleriyle butik otellerin organizasyon şemaları verilmiştir. Şekil 3, Şekil 4, Şekil 5 ve Şekil 6 incelendiğinde hem işletmelerde varolan ilişkilerin nasıl gerçekleştiği hem de butik otel ve benzer diğer benzer otelcilik türleriyle aralarında olan benzerlikler ve farklılıklar daha net anlaşılacaktır.

#### **2.4.1. Yönetim Bölümü**

Yönetim, en basit haliyle amaçların etkili ve verimli bir biçimde gerçekleştirilmesi amacıyla bir insan grubunda işbirliği ve eşgüdüm sağlamaya yönelik çalışmaların tümünü ifade etmektedir. Bir başka ifadeyle yönetim, işbirliği içerisinde bulunan bir grubu ortak bir amaca ya da amaçlar grubuna yönlendirme sürecidir (Kozak ve diğ., 2008:23).

Otel işletmelerinde yönetim bölümü, otel faaliyetlerine rehberlik etmek, faaliyetleri sağlıklı bir biçimde yerine getirmek, diğer ilgili hususlara sahip olmak ve bunları düzenli olarak raporlamaktan sorumludur.

Her işletmede mutlaka işletmenin yönetimini üstlenen bir yönetici vardır ve yönetici, işletme adına kararlar veren, yapılacak işleri takip eden, hizmetin zamanında ve gerektiği gibi kaliteli yapıp yapılmadığının kontrolünü sağlamakla görevli kişidir.

Küçük otel işletmelerinde yönetim fonksiyonu genellikle işletme sahibi tarafından yerine getirilmektedir. Bir küçük otel işletmesinde üst düzey yöneticisine sahip, işletme müdürü ya da otel müdürü adı verilir. Otel işletmelerindeki yöneticileri iki şekilde sınıflandırmak mümkündür. Bunlardan birincisi, sahip-yöneticilerdir. Sahip-yöneticiler bir işletmenin sahibi olan kişilerin aynı zamanda o işletmeyi yönetmelerini ifade etmektedir. Yukarıda otellerin organizasyon yapılarının gösterildiği şekillerden de anlaşılacağı üzere genellikle butik otellerde, küçük ölçekli konaklama işletmelerinde, motellerde ve pansiyonlarda sahip-yönetici modeli hâkimdir. Bu tür konaklama işletmeleri genellikle işletmenin günlük yönetimi içinde sahibinin kişisel ilgisi ile yönetilen bir kuruluş olarak görülür. Bu işletmelerin sahipleri veya eşi, çocukları, yakın akrabaları işletmenin yönetimini üzerlerine almakta, ancak alt kademede bulunan bazı hizmetler ile bazen tamamen uzmanlık işi olarak kabul edilen bir takım hizmetler için dışarıdan personel tedarik etmektedirler.

Yönetici otel işletmesinin tüm bölümlerinin denetiminden sorumlu iken; belirli bölümlerin gözetimini bulunuyorsa yardımcısına tahsis edebilir. Çoğunlukla genel müdür yardımcısına otelin odalar bölümünü denetlemek görevi verilir. Genel müdür işletmeden uzakta bulunduğu anda, genel müdür yardımcısı temsili genel müdür olarak görev yapar. Genel müdür ve genel müdür yardımcısının her ikisi de işletmeden uzakta olduğunda, işletmede görev başında bulunan bir bölüm yöneticisi yönetim bölümünün sorumluluğunu alması için tayin edilir.

Yönetici yardımcısının belirli bir alanda açıkça tanımlanmış görev ve sorumlulukları bulunmamaktadır. Normal olarak yöneticinin yerinde bulunmadığı zamanlarda onun görevlerini yerine getirir. Her ikisinin de görev başında bulunmaları durumunda yönetici yardımcısı kendisine yönetici tarafından verilen görevleri yerine getirir.

Büyük ölçekli otellerde, sahiplik ve yönetim, hem kavramsal olarak hem de uygulama olarak ayrı fonksiyonlardır. İşletmenin sahibi pay sahipleridir; onlar tepe yönetimini yöneticilere devrederler. Tepe yönetimi de, otelin günlük yönetimini departman yöneticilerine devreder. Bir departman yöneticisi, üst ve operasyonel yönetim arasında bir bağlantı işlevi görebilir ve işletmenin büyüklüğüne göre operasyonel yönetimin birkaç düzeyi olabilir. İşletme, içinde çalışanların ayrı görevler yaptığı ve komuta yöneticilerinin uzmanlar gibi çalışabildiği departmanlara ayrılmıştır.

Küçük ölçekli konaklama işletmelerinde sahip/yönetici, sadece sahiplik ve yönetimi değil, aynı zamanda tepe yönetimi ile operasyonel yönetimin fonksiyonlarını bir kişide birleştiren bir girişimcidir. Sahipliğin hukuki şekli ne olursa olsun, işletmenin yatırım ve finansmanını üstlenen, amaç ve politikaları belirleyen, planlama, yöneltme, organizasyon, kadrolama ve denetimden sorumlu olan bu kişidir (Medlik, 1997:180).

Sahip/yönetici, danışmanlık ve yardım için dışarıya başvurur ve genellikle bunu, muhasebe ve finans, mimarlık ve tasarım, satış geliştirme, hukuk, teçhizatın bakımı ve servisleri ve diğer konularda yapar. Ama bu tür işletmelerde sahip/yönetici genel olarak otel tesis ve hizmetlerini organize ve koordine eden, oteli dışarıda temsil eden biri olduğu kadar o

derecede de, pazarlama, satın-alma, stok denetimi, insan kaynakları ve büyük otellerde ayrı bölümler kurulmasını gerektiren çeşitli görevlerden sorumlu kişidir.

Yönetim bakış açısından küçük otel işletmeleri, aynı kişide yüksek derecede nadiren bulunabilen, geniş bilgi ve yetenekler gerektirir. Bu durum, sürekli olarak işle meşgul oldukları ve büyük otellerdeki personelin üstlendiği sorumlulukları yerine getirdikleri için küçük otel yöneticilerinin yetki devretme eğilimlerini azaltmaktadır.

## **2.4.2. Odalar Bölümü**

Odalar bölümü, misafirlerin konaklamaları süresince bekledikleri hizmetleri yerine getirmede merkezi rol oynayan temel bölümleri içerir. Bunlar; önbüro ve kat hizmetleri bölümleridir.

### **2.4.2.1. Önbüro Bölümü**

Önbüro, müşterilerin otele giriş, konaklama ve çıkış aşamalarında çeşitli hizmetleri yerine getiren bir bölümdür (Kozak ve diğ, 2008). İşletmenin kapısından girenlerin ilk gördükleri, çıkanların da son gördükleri bölümdür Kapıdan girenlerin kolaylıkla görmeleri ve ulaşmaları için ana bina girişinde, asansör ve merdivenlerin yakınında yer alır (Kantarcı, 2009:45). Bir otel işletmesinin odak noktası veya beyin merkezi konumunda olan önbüro, işletmenin organizasyon yapısının her basamağında neler olup bittiğinden haberi olmalıdır.

Önbüro otelin büyüklüğüne göre bir bankodan meydana gelebileceği gibi, önbüro hizmetlerinin her biri için ayrı ayrı bankolar halinde de geniş tutulabilir. Butik otel işletmelerinde, özel tesis ve küçük otel organizasyonlarında önbüro departmanına ayrılan bölüm binanın yapısına göre son derece küçük ve basit olabilmektedir.

Önbürodaki örgütlenme ve çalışan personel sayısı otelin büyüklüğüne ve küçüklüğüne göre değişmektedir. Şekil 3 ve Şekil 4'ten de anlaşılacağı üzere küçük ölçekli konaklama işletmelerinde ve benzer nitelikteki otel işletmelerinde iş hacmi daraldığından, herkes her işi yapabilmektedir ve birden fazla görev belli personelde toplanmaktadır. Örneğin odayı veren memur aynı zamanda odayı gösterip bavullara da yardım edebilir. Büyük ölçekli bir otelde ise, müşteri kabulü, oda satışları ve danışma için ayrı bölümler yer almaktadır

(Gökdeniz, 1999:20) Ayrıca bu tür işletmelerde önbüro bölümü, aynı zamanda muhasebe, satın alma, satış geliştirme gibi tüm merkezi fonksiyonların yerine getirildiği otelin sinir merkezi gibidir (Rutherford, 1995:75).

Tüm otel işletmelerinde önbüronun, konaklama amacıyla otel işletmesine başvuran misafir adayına karşı o andan misafirin otele geleceği ve otelden ayrılacağı son ana kadar yerine getirmek durumunda olduğu çeşitli görevler bulunmaktadır.

- Otelde konaklama talebinde bulunan misafirlerin isteklerinin zamanında cevaplandırılması,
- Gelen misafirlerin karşılanması, konaklamaya ilişkin bilgi formlarının düzenli ve eksiksiz biçimde tutulması,
- Bagajların odalara çıkarılıp indirilmesi,
- Misafir istek, ihtiyaç ve şikâyetleriyle ilgilenilmesi, sorunlara hemen çözüm getirilmesinde yeterli olunamıyorsa, üst yöneticiye konunun haber verilmesi,
- Misafirlerin memnuniyetini sağlamak ya da arttırmak için diğer bölümlerle işbirliği yapılması,
- Misafirlere otelin bulunduğu çevrede gerçekleşen sanatsal, kültürel etkinlikler, otel ve şehir hakkında gerekli bilgilerin sağlanması,
- Misafirlere gelen posta ve telefon mesajlarının veya paketlerinin alınması ve kendilerine zamanında ve eksiksiz olarak iletilmesi,
- Misafir emanetlerinin saklanması, ilgili formların doldurulması ve emanetlerin eksiksiz olarak geri verilmesi,
- Misafirler adına folyoların açılması, yaptığı tüm harcamaların işlenmesi, hesabın ödemeye hazır hale getirilmesi ve misafirin ayrılması sırasında hesabının tahsil edilmesi,

- Para bozma, farklı ülke paralarının birbirine çevrilmesi gibi kambiyo işlemlerinin yapılması,
- Satışa hazır odaların dökümünün sürekli gözden geçirilmesi, bilgi dahilinde tutulması ve odaların satılması.
- Misafir odalarına özel emir formlarıyla meyve sepeti, şampanya, çiçek vb. ikramların gönderilmesi,
- Oda anahtarlarının sürekli kontrol edilmesi,
- Misafirlere ve konaklamalarına ilişkin bilgileri kapsayan istatistiki raporların günlük olarak tutulması, önbüro departmanının görevleri arasında yer almaktadır.

#### ***2.4.2.2. Kat Hizmetleri Bölümü***

Kat hizmetleri bölümü de otel işletmelerinin odalar fonksiyonu altında yer almaktadır. Kat hizmetleri, bir otelin temizliği, dekorasyonu ve bakımı görevlerinin yürütüldüğü bölümdür.

Herhangi bir turistik tesisin otel olabilmesi için öncelikle yatak ünitesinin bulunması gerekir. Otelerde genelde sayıca en fazla personeli olan bölümlerden biri olan kat hizmetleri küçük otel işletmelerine gelindiğinde bu sayının daha az sayıda olduğu görülmektedir (Rutherford, 1995:133). Şekil 5 ve Şekil 6'ta da görüldüğü üzere butik otel işletmelerinde işletme sahibi ya da yöneticisine veya varsa yardımcısına bağlı ve şef düzeyinde bir yönetici, kendisine bağlı az sayıda kat görevlileri yardımıyla kat hizmetleri fonksiyonu yerine getirilmektedir (Seymen ve Gül, 2004:13). Küçük ölçekli konaklama işletmelerinde ise bu bölüm bir ya da iki kat hizmetlisinden oluşur ve bunların kontrolü ve denetimi gündüz vardiyasında çalışan önbüro personeli ya da sahip/yönetici tarafından gerçekleştirilir. Butik otel işletmelerinde ve yine butik anlayışıyla hizmet sunan küçük otelerde otelin konumuna göre bir ya da iki vardiya çalışılır ve sorumluluk alanları da oldukça geniştir. Otelin temizliği, bakımı ve düzeninden sorumlu olan bu bölümün fonksiyonel alanı bu tür işletmelerde mutfak, depolar, restoran ve barlar gibi çok geniş bir alanı kapsamaktadır.

Kişisel hizmet ve konforun yüksek olduğu butik otel işletmelerinde müşteriler konakladıkları süre boyunca evlerindeki rahatlığı otel işletmelerinden de beklemektedirler. Müşterinin bu beklentisi nedeniyle butik otel işletmeleri ve bu konseptle hizmet veren konaklama işletmeleri sıradan bir konaklama yeri değil; aynı zamanda sağlıklı, konforlu ve hoşgörülü bir sıcak atmosferi de müşterilerine sunulabilen bir konaklama işletmesi olması gerekmektedir. Farklı tasarımıyla beraber boy aynaları, CD çalarlar, çay-kahve imkânları gibi odalara eklenen sıradan bazı özellikler bile müşteri memnuniyeti açısından odanın temel özelliklerini karşılandığının bir göstergesi olmaktadır. Bu nedenle otel işletmelerinde iyi bir uyku ve asgari düzeyde müşteri beklentilerini karşılayabilmek için yüksek standartların ortaya konulması ve yatak, temizlik, ısı ve gürültü konusunda bu standartların muhafaza edilmesi konusunda kat hizmetleri bölümüne büyük sorumluluk düşmektedir. Bunun için de kat hizmetleri işgörenlerinin bu bölümün otel işletmesindeki yeri ve önemini bilmesi ve çalışma planlarını bu doğrultuda hazırlamaları gerekmektedir. Çünkü müşteriler, otel işletmesinin sunduğu hizmetleri personelde buldukları incelik, nezaket ve etkinlikle değerlendirmektedirler (Gray ve Liguori, 2001: 114). Otel işletmesi içerisindeki koridorlar, havuzlar, idare ofisleri, varsa yemek ve toplantı salonları, spor salonları gibi farklı mekânların temizliği ve düzeninin sağlanması da kat hizmetleri bölümünün sorumlulukları arasındadır. Yine, otel işletmelerinde malzemelerin uygun yerde ve görünüşte olmaları da müşteriler için temizlik kadar önemli bir diğer konudur. Bu nedenle otel işletmelerinin iç mekânlardaki renk düzenlemelerinin çekici ve albenisi yüksek hale getirilmesine yardımcı olan dekorasyon uğraşları da kat hizmetleri bölümünün sorumlulukları arasında yer almaktadır.

Kat hizmetleri bölümünün üstelendiği temel sorumluluklar ana başlıklar itibariyle aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Müşterinin kullandığı odaların ve diğer alanların temizliği, hazırlanması,
- Cilalama işleri,
- Konukların kirli çamaşırlarının yıkatılması,



- Kayıp ve bulunmuş eşyalarla ilgilenme,
- Haşeratla ilgilenme,
- Çarşaf toplama ve yeni çarşaf çıkarma,
- Lekeleri çıkarma,
- Temizlikte kullanılan araç ve gereçlerin denetlenmesi,
- Konuklara gerekli konforu, sıcak ilgiyi, temiz hizmeti vermektir.

### **2.4.3. Yiyecek-İçecek Bölümü**

Yiyecek-içecek bölümü, bir konaklama işletmesinde konukların her türlü yiyecek ve içecek ihtiyaçlarını karşılayan bölümdür. Yiyecek-içecek bölümü sıkı misafir ilişkileri gerektiren bir bölümdür. Otel işletmelerinde oda gelirlerinden sonra en fazla gelir getiren bölüm (yaklaşık %34) yiyecek- içecek bölümüdür (Batman, 2008a:121). Yiyecek-içecek bölümü otelin çeşitli restoranlarında, banket salonlarında, barlarında vb. yerlerde gelen misafirlere sunulmak üzere yiyecek ve içecek maddelerinin değişik yöntemlerle tedarik edilmesini, korunmasını ve depolarda saklanmasını gerçekleştiren bölümdür (Sökmen, 2006:39).

Yiyecek ve içecek bölümü, aynı zamanda müşterileri sohbete ve sosyalleşmeye götüren bir sununun yapıldığı bir bölümdür. Müşteriler, yalnızca bir masa üzerinde bulunan servis takımların güzel görünümünden değil, aynı zamanda bu takımları kullanan servis görevlilerinin kültürlü, bilgili ve nitelikli olmasını da arzu etmektedirler. Bu nedenle, yiyecek ve içecek bölümünün başarısı, büyük ölçüde müşterilere kaliteli hizmet sunmaya, değer ve memnuniyet sağlamaya yönelik sunumlara bağlıdır.

Yiyecek-içecek bölümü ile ilgili nitelikler, en son 18.06.2005 tarihinde günün koşullarına göre yeniden düzenlenmiştir. Bu düzenlemeyle, bir ve iki yıldızlı otellere restoran zorunluluğu getirilmemişken, üç yıldızlı otellerin ikinci sınıf lokanta veya kafeterya veya kişi başına en az 1.2. metrekare alan düşecek şekilde en az elli kişilik çok amaçlı salon birimlerine sahip olmaları gerekmektedir. Yeni bir konaklama işletmesi türü olarak

karşımıza çıkan butik otel işletmelerinde de alakart lokanta bulundurma zorunluluğu aranılmıştır.

Butik otel işletmelerinde kahvaltılık salonu yoksa alakart lokantada kahvaltılık servisi de verilmektedir. Ayrıca bu tür işletmelerde alakart restoran sınırlı yemek saatleri ve sabit yemek fiyatlarıyla çoğunlukla otelde kalanlar tarafından kullanılır.

Belediye belgeli konaklama işletmelerini incelediğimizde de son düzenlemelerin 10.08.2005 tarihli resmi gazetede yayınlanan “İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelikte” birinci sınıf otellerde birinci sınıf lokanta niteliğinde lokanta ve mutfak olma zorunluluğu getirilmişken, ikinci sınıf otellerde yemek verilmesi halinde; ikinci sınıf lokanta niteliğinde lokanta ve mutfak ve üçüncü sınıf otel ve pansiyonlarda ise yemek verilmesi halinde üçüncü sınıf lokanta niteliğinde lokanta ve mutfak bulundurulması gerektiği belirtilmiştir.

Bir yıldızlı otellerde yiyecek-içecek bölümü ile ilgili olarak kahvaltılık ofisi ve kahvaltılık salonu; yeterli büyüklükte oturma salonu veya varsa lokanta bulunmalıdır.

İki yıldızlı otellerde ise bir yıldızlı oteller için aranan şartlar yine esas tutulmuştur. Üç yıldızlı otellerde odaların yüzde ellisine mini bar ile mevcut yiyecek ve içecek türlerine uygun servis malzemesi bulundurulmasıyla yirmi dört saat büfe hizmeti bulundurma zorunluluğu vardır. Dört yıldızlı otellerde ise birinci sınıf lokanta, pasta ve içki servisi verilen en az yüz kişilik salon, alakart hizmeti verilen bir lokanta, kafeterya ve snack bar ünitelerinden en az üç adedi bulundurulması zorunluluğu getirilmiştir (Resmi Gazete, 2005a).

Konaklama işletmelerinin organizasyon yapısı içinde yiyecek-içecek departmanının yeri ve önemi, konaklama işletmesinin büyüklüğüne ve niteliğine göre değişiklik göstermektedir. Konaklama işletmelerinin büyüklüğü ve yıldız sayısı arttıkça da bu bölümün önemi de artmaktadır. Bu tür işletmelerde bu bölüm için Şekil 6’da da görüldüğü üzere dış kaynak kullanımına gidilebilmektedir. Yiyecek içecek hizmetlerinin otel işletmeleri için temel faaliyet alanı olmaması, personel, araç ve gereç gereksiniminin büyüklüğü, artan rekabetle birlikte uygun fiyatla işletmeye mal edilmesi gerekliliği otellerin dış kaynaklardan

yararlanmasına neden olmaktadır. Yiyecek ve içecek sektöründe otel işletmelerinin payının giderek düşmesi, şehir merkezinde bulunan otellerin restoran ve fast food işletmelerinin rekabeti ile satışlarının gerilemesi ya da kar marjlarının düşmesi otellerin dış kaynak kullanmayı tercih etmesine neden olmaktadır.

Yiyecek-içecek departmanının organizasyon yapısı, restoran ve mutfak şefliği gibi iki önemli birimden oluşmaktadır. Restoran şefi ile mutfak şefi ayrı bölümler olarak, her biri kendi bölümüyle ilgili işlerden müdür ya da işletme sahibine karşı doğrudan sorumludurlar.

Otel işletmelerinde yiyecek ve içecek bölümü yiyecek hazırlama, servis, ziyafet, gibi birçok alt faaliyet dallarına ayrılmaktadır. Servis kısımları ise farklı mekânlara yayılmıştır. Bunlar arasında genel ve özel yemek salonları, bahçe restoranları, kokteyl salonları, barlar, yüzme havuzu etrafındaki barlar, pastaneler gibi hizmet birimleri vardır (Batman, 1999: 123). Kafeler, rahat bir ortamda müşterilere hizmet verirler. Restoranlar, özenli mönüsü ile müşterilere mükemmel hizmet sunarlar. Ziyafet birimlerine gelince, bu birimler çok sayıda birime aynı anda yiyecek-içecek üretip sunabilmek üzere faaliyet gösterirler. Oda servisi ise müşterilerin odalarına yiyecek-içecek hizmeti sunmaktadır.

Otel işletmelerinde yiyecek ve içecek bölümü ile bu bölüm işgörenlerinin temel sorumlulukları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Hem müşteriye hizmet etmekten gurur duyulduğundan hem de tutum ve davranışlarla müşteriye önem verildiğinin müşteriye hissettirilmesi,
- İşgörenler servis esnasında müşteri ile empati içerisinde iletişim sağlaması,
- Müşterilerin yiyecek ve içecekler hakkındaki olumlu ve olumsuz açıklamalarının saygı kuralları içerisinde değerlendirilmesi,
- Müşterilerin davranışlarının sürekli olarak izlenilmesi,
- Müşterilere beklenti ve zaman uyumu içerisinde servis yapılması,
- Müşterilerin yaş, zevk, milliyet, inanç değerleri, beslenme alışkanlıkları yiyecek ve içecek bölümü tarafından önemsenmesi.

#### 2.4.4. Pazarlama Bölümü

Diğer bölümlerle ilgili olarak açıklanan ve otelin boyutuna göre bölümün fonksiyonlarının çeşitliliği ve kademeleri; pazarlama bölümü için de geçerlidir. Pazarlama; reklam, halkla ilişkiler, satış geliştirme, ticaret, fiyatlandırma gibi fonksiyonların ve satışın gerçekleşmesinde optimizasyon diye tanımlanabilir.

Bu bölümün temel amacı otel işletmesi tarafından sunulan ürün ve hizmetlerin satışını yönetmektir. Pazarlama bölümünün temel fonksiyonları; satış, rezervasyon anlaşmaları, reklam ve halkla ilişkilerdir. Pazarlama faaliyetinin amacı, misafirleri işletmeye çekmektir. Pazar yerinin, ürünlerle rekabet etmenin, misafir gereksinimlerinin, beklentilerinin ve gelecekteki taleplerin araştırılması yoluyla bu amaca ulaşılır.

Büyük ölçekli oteller ile küçük oteller arasında, pazarları ile ürünlerini uyumlaştırma konusunda önemli bir fark vardır. Büyük otel işletmecileri, artan biçimde, pazarlarını değerlendirirler, ortaya çıkan pazar ihtiyaçlarını karşılamak için faaliyetleri planlarlar ve geniş ölçüde promosyona başvurarak belirlenmiş pazar bölümlerine ürünlerini satmaya çalışırlar. Küçük oteller ise, pazarlarına daha az biçimsel olarak ve müşterileri ile yakın ilişkilerine dayanan müşteri ihtiyaçları konusundaki bilgileriyle, daha çok sezgisel biçimde yaklaşma eğilimindedirler. Küçük oteller, müşterilerinin bilinen tercihlerine hizmetlerini kolayca ayarlama ve ürünlerinin satışı için sistemli promosyondan daha çok kişisel tavsiye ve tekrar gelişlere güvenme eğilimi göstermektedirler (Medlik, 1997:185). Şekil 3, Şekil 4, Şekil 5 ve Şekil 6'da da görüldüğü üzere küçük iş hacimli konaklama işletmeleri pazarlama bölümü için ya ayrı bir personel istihdam etmemekte ya da büyük işletmelerdeki gibi çok geniş çaplı ele alınmamaktadır. Bu tür otellerde genelde sahip ya da yönetici konumundaki kişi oteli kişisel temaslarla, bireysel olarak ve tekrara dayalı temel bir iş hacmi sağlayarak pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirmektedir.

Kapasitelerinden dolayı, butik anlayışıyla hizmet sunan küçük otellerin ve butik otellerin müşterileri, gruplardan ziyade bireyler ve ailelerdir; oda sayısına göre bazı oteller, minimum bir oda kapasitesine gereksinim gösteren turlar gibi organize gruplara konaklama hizmeti verebilir. Ayrıca bu tür otel işletmelerinde pazarlama için ayrı bir departman

bulunmaması halinde bu bölümden sorumlu kişi ve kişiler sahip/yönetici veya önbüro departmanında çalışanlardır.

Küçük otellerin pazarlama tekniği de farklıdır. Bununla beraber bu tür otel işletmelerinde yaygın olarak kullanılan pazarlama teknikleri şunlardır;

### **1-İlişki Pazarlaması (Relations Marketing)**

Mevcut müşteriler arasında bağlılığı yaratmak, sürdürmek ve daha fazla satış yapmak amacıyla tasarlanan pazarlama uygulamasıdır. Özellikle konaklama sektöründe yaygın olarak kullanılan bir pazarlama uygulamasıdır. Konaklama işletmelerinde tüketicilerin işletmelerine ve ürünlerine olan bağlılığı arttırmak ve daha fazla satış yapmak amacıyla ilişkisel pazarlama uygulanmaktadır (Kozak, 2008: 9). İlişki pazarlamasının amacı, işletme ve müşteriler arasında bilgi alışverişini en yoğun hale getirmektir. Bu yoğunluğu yakalamak içinde, karşılıklı iyi niyetin hissedilmesi, yine karşılıklı güvenin sağlanması gerekmektedir. Bu güven ve iyi niyete ulaşılması için işletme, müşterisinin tutum ve davranışını anlama çabası içerisinde olması gerekmektedir.

### **2- Veritabanlı Pazarlama**

Veritabanlı pazarlama, ilişki pazarlaması ile bire bir ilişki içerisindedir. Bilgisayar ve bilgisayar teknolojisine dayalı sistemlerin otellerde sık olarak kullanılmasıyla birlikte veri tabanlı pazarlama uygulaması yaygınlaşmaya başlamıştır. İşletmeler verimli bir müşteri ilişkisi için müşterileri hakkında veri ambarı oluşturarak ilişkisel bir pazarlama yaklaşımı gösterirler. Veri tabanlı pazarlama, mevcut ve olası müşterilerin geçmişleri ile ilgili verileri, satın alma alışkanlıkları ya da statüleri hakkındaki değişiklikleri sürekli araştırmak ve bu verileri sürekli olarak gözden geçirmek ve bu verileri kullanarak tüketiciler ile kişisel ilişkilerin geliştirilmesi ve pazarlama stratejilerinin oluşturulması için sistematik olarak toplanması sürecidir (Kozak, 2008:8).

### **3- Birebir Pazarlama**

Birebir pazarlama uygulamasında, her bir müşterinin özel ihtiyaçlarının dikkate alınması, her bir müşteriye özgü ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, bu kapsamda her bir müşteri ile ilgili veri tabanı oluşturularak pazarlama stratejisinin geliştirilmesi esas alınmaktadır.

### **4- Ağ ( Network )Pazarlaması**

Pazarlama faaliyetlerinin gerçekleşmesinde artık internet kullanımı oldukça geniş bir alanda gerçekleşmektedir. En sık kullanılan uygulamalar arasında; e-posta, web sayfası, haber grupları, tartışma grupları, chat odaları, messenger, internete dayalı telefon, internet ortamında canlı yayın, online toplantılar, telekonferans, videokonferans, webcasting, link verme uygulamaları, arama motorları, online reklamlar, e-posta imzaları yer almaktadır. İnternet'in hızlı yayılmasından yararlanarak, işletmeler kendi ürünlerini dünyanın bir başka yerine satmaya başlamışlardır. Bu sayede işletmeler istedikleri pazarlara rahatlıkla girmeyi başarmışlar ve hem büyük hem küçük birçok işletme arasında rekabeti arttırmış hem de işletmenin reklam, satış yeri gibi maliyetlerini azaltmıştır. İnternet sayesinde işletmeler kendi müşterileri ile daha yakın iletişim kurmaya başlamışlardır. İnternet aracılığı ile işletmeler anlık olarak müşterilerine cevap verebilmekte ve müşterilerde aynı şekilde geri bildirimde bulunabilmektedir. Ayrıca, internetten pazarlama stratejisi mantığı altında bulunan bütün iletişim araçlarını kullanarak mevcut müşterilere veya gelecekte müşteri olması ihtimali olan kişilere de ulaşılmaya çalışılmaktadır. İşletmeler sadece müşterilerle değil diğer iş ortakları ile de haberleşme halinde olmaktadır. Bunlar; yatırımcılar, tedarikçi firmalar, araçlar ve üreticilerdir. Pazarlamanın gelişimi, teknolojinin gelişimi ile aynı paraleldedir. Müşteri ile işletme arasında etkileşimin yoğun yaşandığı network (ağ) ortamı gelişimini sürdürdükçe ilişki pazarlamasındaki önemi artmaya devam edecektir.

## **2.5. Türkiye’de Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerin Sorunları**

Bu bölümde butik otel ve butik otel konseptiyle hizmet sunan küçük konaklama işletmelerindeki sorunlar ele alınmıştır.

### **2.5.1. Örgütlenme ve Yönetim Sorunları**

Küçük otel işletmeleri, stratejik ve örgütsel olarak büyük otel işletmelerinin karşılaştığı sorunlardan farklı problemlerle karşılaşmaktadırlar.

Küçük otel işletmelerinin yönetiminde yaşanan sorunların temel nedeni girişimcilik, yöneticilik ve mülkiyetin aynı kişide yani işletme sahibinde olmasıdır (Dallaryan, 2007: 35). Yukarıda çizilen organizasyon şemalarından da anlaşılacağı üzere bu tür işletmelerde yönetim tek elde toplanmaktadır. Küçük otel işletmelerinin sahiplerinin veya yöneticilerinin pazar verilerini temin etmede ve değerlendirmedeki mesleki ve teknik yetersizlikleri, yetkilerin tek bir elde toplanması, yetkilerin dağıtılmasına olumsuz bakılması, uzman personel istihdamından kaçınılması yönetim alanında ortaya çıkan sorunların temelini oluşturmaktadır (Demir, 2009:286). Bu tür işletmelerin başarısı için en önemli unsur baştaki yöneticinin önce girişimci, sonra yönetici, son olarak da işletme sahibi niteliklerini kişiliğinde bütünleştirmiş olmasıdır. İşletme sahibi olabilmek için gerekli finansal imkânlarla sahip olan kişinin iyi bir girişimci ve iyi bir yönetici olması her zaman karşılaşılan bir durum değildir. İşletme sahiplerinin girişimcilik ve yöneticilik konularında kendilerini yetiştirmeleri veya girişimcilik özelliklerine sahip kişilere, işletme kurabilmeleri için olanaklar verilmesi gerekmektedir. Yönetici ve girişimci arasındaki farkı bilmeyen işletme yöneticileri, kendilerini tam bir yönetici olarak görmektedirler. Oysa bunları gerçekleştirecek yöneticinin, hem bilimsel tahmin yöntemlerini bilmesi hem de yetenekli olması gerekmektedir. Fakat genel olarak bu tür işletme yöneticileri, işletme yönetme yeteneğinden yoksundurlar.

Küçük oteller, genellikle aileler tarafından işletilmektedir. Bu gibi durumlarda personelin her aile bireyinden farklı bir emir alması, yapılacak işler için belirli bir standart olmaması da müşteri önünde tartışmalara varabilen durumlara ve bazen de müşteri karşısında puan kaybetmeye ve profesyonel imajın zedelenmesine sebep olabilmektedir (Erdemir, 2007)

Ayrıca işletme sahibinin ölümünden sonra aile bireylerinin işletmeyle ilgili konulardaki ilgisizliği veya yetersizliği de önemli sorunlara neden olmaktadır.

Küçük otellerin genelde, büyük otellere göre daha küçük bir örgütsel yapıya sahip olmalarından dolayı, buradaki iş bölümü uygulaması daha kolay gerçekleşmektedir. Bu tür otellerde çalışan insanların hemen hemen hepsinin birbirini tanınması işbölümünde kolaylık oluşturmaktadır (Küçük, 2005:253). Bundan dolayı küçük otellerde kimin ne yapacağı, kimden emir alıp kime emir vereceği açık bir şekilde belirlenmiş durumdadır. Bununla beraber bu tür işletmelerde yapılanmaya önem verilmediği için yönetici kimin ne yapacağını kendisi saptamaktadır. Bu da yöneticinin olmadığı zamanlarda işlerin aksamasına neden olmaktadır. Bu tür işletmelerde görev çeşitlendirmesi ve yapısal farklılaşmalar azken, kişiler arası iletişim güçlüdür. İletişimin sağlıklı olması müşteriden gelen isteklere hemen cevap verilebilmesini sağlarken bölümler arası çatışmaları arttırmaktadır. Bu nedenle bu tür konaklama işletmelerinde bölümler arasında olumsuz sonuçlar meydana getirecek rekabetler ortaya çıkabilmektedir.

Bu tür otel işletmelerinde yapıları itibariyle uzun vadeli planlama yapılamamakta ve genelde bir planlama uzmanı da istihdam edilemeyebilmektedir. Genelde planlamayı işletme sahibi ve ortaklar yapmaktadır. Burada, işletme sahibi veya ortakların örgütsel planları hazırlarken temel istatistikî metotlara değil de sezgiye dayanarak planlama yoluna gitmeleri bir dezavantaj oluşturmaktadır. İşletme sahibi ve ortakların yeterli eğitim almamış olmaları ve yalnızca tahmin ve sezgi yoluyla planlamaya gitmeye çalışmaları hata payı gittikçe artan bir karar alma işleminde bulunabilmektedirler. Bu nedenle küçük otellerde planlama yapılırken dikkatli olunmalı ve gelişen ortamlara göre planlar gözden geçirilip gerekli düzenlemeler yapılmalıdır. Kısa vadeye ağırlık verilmesinin nedeni ise bu tip işletmelerin satın alma, istihdam, stok, tanıtım gibi giderlere ayırdıkları bütçenin dar kapsamlı olması ve uzun vadeli planların risk oranının yüksek olmasıdır. Bu nedenle genelde iki yıldan az plan dönemleri uygundur.



### 2.5.2. Çalışanlarla İlgili Sorunlar

Küçük ölçekli konaklama statüsüne giren otel işletmelerinde diğer önemli sorunlardan birisi de kalifiye personel bulamama ve eğitim sorunudur. Nitelikli eleman bulmadaki sıkıntılar, bu işletmelerin planlama yapma, standartlara uyma, üretimi gerçekleştirme ve kalite kontrolü gibi aşamalarda yeterli etkiyi gösterememelerine ve istenilen rekabet gücüne ulaşamamalarına neden olmaktadır (İraz, 2005:254).

Konaklama sektörü bir hizmet endüstrisi olduğu için insan faktörü ayrı bir önem taşımaktadır. Kişisel hizmet ve ilginin yüksek olduğu butik otel işletmelerinde de personel faktörü oldukça önemlidir. Fakat bu tür işletmelerin nicel olarak küçük ölçekli konaklama yapısında olması beraberinde küçük otellerdeki benzer birtakım sıkıntıları da getirmektedir.

Küçük otellerde özellikle personel devri konusunda sıkıntı yaşanabilmektedir. Kariyerine otelcilikte yön vermek isteyen ancak tecrübesiz ya da yeni mezun gençler genellikle küçük otellerde iş fırsatı bulabilmekte ve ortalama 1 senelik çalışma ile otelciliğin temellerini pratikte öğrenebilmektedir. Küçük otellerin yapısı gereği istihdam edilen personelin çok yönlü olmasını zorunlu kılmaktadır. İş rotasyonu da bu sayede kendiliğinden oluşmaktadır. Zaten az sayıda personele sahip olunan bu otellerde örneğin bir resepsiyonist zorunlu kalındığında kahvaltı servisine de yardım edebilmekte, jeneratörün nasıl çalıştığını da öğrenmekte hatta ön muhasebe işlemlerini bile öğrenmek durumunda kalabilmektedir. Bir taşıyıcı, müşterilerle, arabaları ve yükleri ile ilgilendiği gibi, onlara salonda içki servisi yapabilir; bir garsonun çalışma günü bar, akşam yemeği salonu ve müşteri odası hizmetlerine de bölünmüş olabilir (Medlik, 1997:181). Bu tür düzenlemeler personele iş dağıtımında esneklik sağlamakla beraber işte değişiklik yoluyla personelin iş tatminini de arttırabilir. Buna rağmen uygulanan düzensiz ücret politikaları ve çalışma saatleri ve yeterli olmayan sosyal güvelik politikaları bu işletmelerde yetişen kişilerin genellikle büyük ölçekli işletmelere transfer olmasına neden olmaktadır. Bu durumun sonuçları işletmeyi olumsuz olarak etkilemektedir. Yetiştirilen personelin işi öğrendikten belli bir süre sonra daha büyük bir otele geçmek için istifa etmesi maliyet açısından zarara sokmaktadır. Yerine geçecek elemana tekrar tüm işi öğretmek için harcanacak emek ve zaman, yaşanarak

öğrenilecek hataların tekrarlanması gibi hususlar işyeri sahibini oldukça yorabilmektedir. Aynı işi personele tekrar izah etmek, defalarca uyarmak, oluşan hataların müşteriye yansması bazı noktalarda müşteri memnuniyetsizliğine bile yol açabilmektedir (Erdemir, 2007).

### **2.5.3. Finansal Sorunlar**

Geleneksel olarak küçük otellerin sahibi bir birey ya da bir ailedir ve yaygın hukuki şekli anonim şirket statüsünde olmayan bir işletme türüdür. Tek bir kişi veya bazen bir ortaklıktır. Bu tür işletmelerin bir bireye, sahip-yöneticiye bağımlı oluşu ve bir borç için güvence türü kredi kurumlarından dış finansman sağlamanın elverişliliğini azaltma eğiliminde olan faktörlendendir (Medlik, 1997:178). Küçük ölçekli konaklama statüsündeki otel işletmelerinin finansal kaynakları sınırlı, kredi temini zor ve kredi faizi bu işletmelerin gücüne oranla oldukça yüksektir.

Yapılan çeşitli çalışmalar ve araştırmalar incelendiğinde bu tür işletmelerde finansman sorunları temel olarak şu şekilde sıralanabilir:

- Yetersiz işletme sermayesi,
- Yetersiz özsermaye,
- Kredi sağlamada karşılaşılan zorluklar,
- Kredi maliyetlerinin yüksekliği,
- Tahsilatlarda etkinliğin sağlanamaması,
- Teşviklerden yararlanamama,
- Ekonomi politikalarının ve enflasyonun işletmeler üzerindeki etkisi,

Küçük ölçekli otel işletmelerinin yaşadığı finansal sorunlar çoğu kez işletmenin kuruluş aşamasında başlamakta ve faaliyetlerini, gelişmelerini olumsuz etkilemektedir. Bu sorunların bir kısmının, işletme yöneticilerinin özellikle finansmanın yönetimi konusunda

yeterli bilgi birikimine ve deneyimine sahip olmamasından kaynaklandığı söylenebilir (İraz, 2005:253-254).

Küçük otel işletmelerinde genellikle ayrı bir finansman bölümü bulunmaz. Bütün mali ve idari işlerle ilgilenen bir muhasebe bölümü mevcuttur. Bu tip işletmelerde muhasebe kayıtları sadece bir yasal yükümlülük olarak algılanıp gelecekteki finansal yapılanma için kaynak olarak kullanılmamaktadır. Parasal kaynakların sınırlı olması yeni bilgi teknolojilerinin de işletmede kullanımını zorlaştırmaktadır. Ayrıca muhasebe bölümüyle ilgilenen kişi finansman uzmanı olmaktan çok mali ve idari işlerle ilgilenen nitelikli olmayan bir kişidir.

#### **2.5.4. Pazarlamayla İlgili Sorunlar**

Turist sayısı fazla, geldikleri ülkeler değişik, ihtiyaçları ve satın alma alışkanlıkları farklı olduğu için bir tek turistik işletmenin tüm turistlere hizmet edebilmesi zordur. Bu nedenle piyasada birçok işletmenin varlığından söz etmek mümkündür. Turizm işletmeleri içerisinde en önemli yere sahip olan ülkeye gelen turistlerin barınma ihtiyacını karşılayan konaklama tesisleridir. Konaklama işletmelerinin büyüklüğü, pazarın ve rekabetin durumuna göre değişmektedir. Konaklama hizmetleri için genelde pazar küçüktür ve bu pazarda birçok işletme hizmet vermektedir.

Üretilen mal ve hizmetler satılabildiği ölçüde işletmeler hayatlarını sürdürebilirler. İşletmenin başlıca kuruluş amacı olan kar elde etme arzusu da ancak bu şekilde karşılanabilir. Satışların yeterli olması da ancak iyi bir pazarlama politikasıyla mümkün olabilir. Bu pazarlama politikası sadece işletmenin denetimindeki şartlar değil, denetimi dışındaki faktörler itibariyle de uygun belirlenmiş olmalıdır (Küçük, 2005:255).

Küçük otel işletmelerinde sahip-yönetici konumundaki girişimciler, çoğu işletme fonksiyonu ile olduğu gibi pazarlama faaliyetleri ile de kendileri ilgilenmektedirler. Bu durum yeteri kadar bilgiye sahip olmayan ve uzmanlaşamayan yöneticilerin bulunduğu işletmelerde kalifiye pazarlama elemanı ihtiyacı oluşturmaktadır.

Küçük otel işletmeleri genellikle sınırlı bir pazar payına sahiptirler. Kapasitelerinin sınırlı olması nedeniyle küçük otellerin müşterilerini gruplardan çok aile ve bireyler oluşturmaktadır. Restoranları ile otelde kalmayanlara da hizmet verdikleri için yalnızca diğer konaklama işletmelerinin değil, yiyecek içecek pazarındaki restoran, bar, gece kulübü gibi işletmelerin de rakibi halindedirler. Faaliyet gösterdikleri pazara biçimsel olmayan bir şekilde yaklaşır. Müşterileri ile birebir iletişim kurdukları için yeni ürünler geliştirilirken daha çok sezgiler ön planda tutulmaktadır. Hizmetlerini müşterilerinin bilinen tercihlerine, kişisel tavsiyelere ve tekrarlanan ziyaretlere dayandırır. Bu tip işletmeler bağıllık ve tutuculuk nedeni ile modern pazarlama yöntemlerini kullanmaktan kaçınırlar.

Küçük otel işletmelerinin pazarlama yönündeki bir diğer sorunu da geleneklere bağıllık ve tutuculuk nedeniyle modern yönetim ve pazarlama tekniklerinden yararlanamamalarıdır. Büyük otellerin reklam, fiyat ve hizmetler yoluyla rekabeti karşısında çoğunlukla güçsüz kalırlar (Barutçugil, 1984:79).

Küçük otel işletmelerinin pazarlama alanında yaşadıkları sorunların en önemli nedenlerinden biri de, bu işletmelerde pazar araştırmalarının yeterli düzeyde yapılmamasıdır. Çünkü bu tür işletmelerin pazar araştırması yapma imkânları yok denecek kadar azdır. Bu nedenle, bu işletmeler pazarda oluşan değişimlerden zamanında haberdar olamamakta ve talepte meydana gelen değişimleri üretim sürecine yansıtamayarak pazar kaybına uğramaktadırlar (İraz, 2005:252).

### **2.5.5. Fiziki Yapıyla İlgili Sorunlar**

Kuruluş yerinin seçimi de işletmelerin başarısında önemli bir rol oynamaktadır. Kuruluş yeri seçiminde yapılacak hata, işletme faaliyetlerini devam ettirdiği müddetçe bu hatayı da sürdürmesine yol açacaktır. Bu anlamda, yer seçiminde işletmeler dikkatli bir şekilde analiz ve değerlendirmeler yapmalıdır (Döm, 2008:329).

Genellikle küçük yapılardan ya da eski yapıların restore edilmesiyle turizme kazandırılan küçük otellerde binanın yapısıyla orantılı olarak çalışanlarına ve müşterilerine olanaklar sunulmaktadır. Bu tür işletmelerde çoğu zaman çalışanlar için yeterli imkânlar sunulamadığından buda çalışan kişinin motivasyonu üzerinde olumsuz etki

yaratabilmektedir. Örneğin çalışanlar için ayrı bir dinlenme salonunun olmaması, personel soyunma odasının yokluğu ya da çalışılan alanın dar olması gibi. Çoğu zaman tarihi binalardan çevrilen küçük otellerde kuruluş yerinin de tarihi bir bölgede olmasından dolayı gerekli görüldüğü zamanlarda restorasyona ve birtakım hizmetlere gidilememesi pazarda diğer rakiplerine göre üstünlük sağlayamamasına neden olmaktadır.

Bu tür işletmelerde bulunduğu yapının fiziki yapısından kaynaklanan nedenlerden dolayı departmanlar için uygun ofisler kurulamamakta ya da oluşturulan hizmet alanları çok küçük ve basit kalabilmektedir. Bu da hizmetin sunumunu etkilemektedir. Özellikle müşteri ile temas halinde olan bu tür hizmet işletmelerinde binanın yapısı ve yer seçimi daha önemli hale gelmektedir.

Tablo 6’da butik otel, özel tesis ve küçük ölçekli konaklama tesislerinin arasındaki farklar ve benzerlikler özetlenmektedir.

**Tablo 6 : Butik Otel, Özel Tesis ve Küçük Konaklama İşletmeleri Arasındaki Farklar ve Benzerlikler**

Tür	Kategori	Oda Sayısı	Personel Sayısı	Yönetim	Temel Özellik
<b>Butik Otel</b>	Butik Otel İşletme Belgesi (Bakanlık)	3-100 arası	Misafir başına 1.2 personel düşecek sayıda	Şahıs/Küçük Sermayeli	-Kişisel hizmet -Özgün dekor, tasarım -Kaliteli hizmet -Nitelikli Personel
<b>Özel Tesis</b>	Özel Konaklama Tesisi (Bakanlık)	Ortalama 32 oda	_____	Şahıs/Küçük Sermayeli	-Özgünlük arz eden(yapı,sokak, doğa, tarih,sanat) -Kaliteli hizmet -Nitelikli Personel
<b>Küçük Ölçekli Otel İşletmeleri</b>					-Bağımsız olma -Samimi Ortam - Sayıca az oda
1 yıldızlı oteller	Yıldız Otel (Bakanlık)	10 oda	1-50 kişi	Şahıs/Küçük Sermayeli	
2 yıldızlı oteller		_____			
3 yıldızlı oteller					
4 yıldızlı oteller		120'nin altında oda sayısı			
1.sınıf otel	Belediye Belgeli	Ortalama 30 oda			
2.sınıf otel					
3.sınıf otel					

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008; Lim ve Endean, 2009; Paraskevas ve Buhalis, 2002'den uyarlanmıştır.

## **BÖLÜM 3: YÖNTEM VE SAHA ARAŞTIRMASI**

Bu bölümde, araştırmanın önemi ve amacına, yöntemine, evren ve örnekleme, kısıtlarına, anket formunun niteliğine ve araştırmanın bulgularına yer verilip sonuçlar ve öneriler geliştirilmiştir.

### **3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Günlük hayatın koşuşturmasından sıkılan ve tatillerini daha sakin ve farklı bir ortamda geçirmek isteyenlerin yeni tercihi olan butik oteller, turizm sektöründe yükselen değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Butik oteller, küçük yapıya sahip olmalarına karşın kişiye özel hizmet ve kaliteyi tercih eden seçkin misafirleri için 5 yıldızlı otel standartlarının üzerinde konforu sağlayabilme ve farklı hedef kitlelerine hitap edebilme özelliğiyle Dünya’da giderek yaygınlaşan ve talep gören bir konaklama işletmesi türüdür. Böylelikle Dünya turizminden daha fazla pay almak isteyenlerin yeni yatırımları butik otel yönünde olmaktadır.

Bu çalışma ile Türkiye’de son yıllarda hızlı bir biçimde artış göstermekte olan butik otel işletmelerinin konaklama işletmeleri içerisindeki profilinin belirlenmesi ve bu anlayışla hizmet sunan küçük otellerin temel sorunlarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca tespit edilen sorunların küçük otellerin performansı üzerindeki etkilerinin incelenmesi hedeflenmektedir.

### **3.2. Araştırmanın Yöntemi**

Bu çalışma nicel olarak tasarlanmış olup , veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Bu araştırmanın verileri Sultanahmet destinasyonunda butik anlayışıyla hizmet sunan farklı tür ve sınıflardaki küçük otellerin sahip/yöneticilerinden elde edilmiştir.

#### **3.2.1. Araştırmanın Evreni**

Araştırma konusunun butik anlayışıyla hizmet sunan küçük konaklama işletmelerine yönelik olması, alan araştırmasında bu tür işletmelerin yoğun olarak bulunduğu bir alanın seçilmesini zorunlu kılmıştır. Bu amaçla yapılan incelemelerde araştırmanın; İstanbul,

Sultanahmet destinasyonun da yapılması uygun görülmüştür. Söz konusu yerlerin araştırma alanı ve örnek çalışma olarak seçilmesinde ön plana çıkaran kriterleri, şu şekilde ifade etmek mümkündür;

***Evrenin Seçilme Nedeni;***

- Sultanahmet, Türkiye turizminin, yurtiçinde ve yurtdışında popülaritesi en yüksek ve turizm kültürü en köklü destinasyonlarından biridir.
- Yerli ve yabancı birçok turist için cazibe merkezi olmasının yanında; turizm işletmelerinin ve özellikle Sultanahmet'in kendine özgü yapılaşmasından ve yerleşim imkânlarının elverdiği ölçüde inşa edilmiş küçük konaklama işletmeleri ve özel tesislerin benzer destinasyonlar da yer alanlarından hem sayıca daha çok olması, hem de yerleşke olarak birbirlerine daha yakın olmaları, alan araştırması için bölgeyi ideal kılmıştır.
- Araştırmacının bizzat kendisinin Sultanahmet destinasyonunda küçük ölçekli bir konaklama işletmesinde edindiği 5 yıllık yöneticilik deneyiminin araştırma alanının seçimine ve araştırmanın yürütülmesine olumlu katkılarının olacağını varsayılması.
- Bölgede yer alan konaklama işletmelerinin büyük bir bölümünün, küçük işletme yapısında olması, ortak paydaların yakalanmasında, özellikle mülakat yoluyla verilerin elde edilmesinde kolaylıklar ve avantajlar sağlaması.
- Sultanahmet destinasyonunun ülke turizmi açısından en önemli ve tanınmış destinasyonlarından biri olması, elde edilen veriler ve ortaya çıkan sonuçlar itibariyle çalışmanın daha çok dikkat çekeceğinin ve örnek bir çalışma olarak literatüre katkıda bulunmasını sağlayacağını düşünülmektedir.

Aşağıdaki satırlarda evrenin yer aldığı Sultanahmet destinasyonunun özellikleri kısaca tanımlanacaktır.



### ***Evrenin Özellikleri;***

Türkiye'nin ilk turistik faaliyetlerinin gerçekleştiği Sultanahmet 3000 yıllık tarihi bir geçmişe sahiptir. Sultanahmet, İstanbul'un üzerine kurulduğu yedi tepenin ilkidir. Şehir ilk kurulduğunda akropol surlarla çevrili, Akdeniz ticari yerleşimi yapısındadır. Roma döneminde genişletilerek yenilenmiştir. Semt Bizans ve Türk devirlerinde de merkezi önemini devam ettirmiştir.

Bölgenin tarihi ve doğal yapısı burada çok sayıda ve değişik türde otel işletmelerinin oluşmasını sağlamıştır. Bölgenin tarihi ve doğal yapısına zarar vermeden inşa edilen oteller, geleneksel konaklama işletmeleri dışındaki özel tesis ve küçük ölçekli otel işletmelerini ön plana çıkarmıştır. Geleneksel otel sınıflandırmaları dışında karşımıza çıkan özel tesisler, özellik olarak benzer şartlara sahip olan butik otel işletmeleriyle aynı kategoride değerlendirilmiş ve bu yüzden butik otellerin, konaklama işletmeleri sınıflandırmaları içerisindeki yerinin ayırımı tam olarak yapılamamıştır. Aşağıdaki özellikler Sultanahmet destinasyonunda butik anlayışıyla hizmet sunan küçük ölçekli otel yatırımlarının yüksek olmasının sebepleri arasında sıralanabilir:

- Bölgenin tarihi konumu itibariyle bölgede çeşitli çekiciliklerin bulunması,
- Bölgenin fiziki yapısı nedeniyle büyük otellerin yapılmasına müsait olmaması,
- Tarihi bölge olduğu için yapılaşmanın sınırlı olması,
- Bölgeye olan konaklama talebinin yüksek olması,
- Bölgenin SİT alanı içerisinde olması nedeniyle parsellerin küçük olması,
- Eski yapılardan turizm tesisi olarak faydalanılarak onların bakımsız kalmasının önlenilmeye çalışılmasıdır.

### ***Evrenin Belirlenmesi;***

Kültür ve Turizm Bakanlığı, TUROB, İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Fatih Belediyesi verileri incelenerek araştırma evreni içerisinde 184 belediye belgeli ve 153 turizm işletme belgeli toplam 337 işletme olduğu tespit edilmiştir. Araştırma evrenindeki işletmelerin listesi Ek 3'de görülebilir. Bu evren, butik anlayışıyla hizmet sunan küçük ölçekli otel işletmelerini kapsamaktadır. Araştırma kapsamına alınan bu oteller küçük otel

statüsündeki turizm işletme belgeli butik oteller, özel tesisler, yıldızlı oteller ve belediye belgeli otel işletmelerinden oluşmaktadır.

Araştırmanın evrenini oluşturan 337 otel işletmesinin birbirlerine yakın mesafelerde olması nedeniyle örneklem seçimine gidilmemiş ve araştırma evreninin tamamına ulaşılmıştır. 337 otel işletmesine anket formları bizzat araştırmacı tarafından uygulanmıştır. Uygulama sürecinde bazı nedenlerden (otel yönetiminin uygulamaya izin vermemesi, işletme sahibinin anketi cevaplamaya zaman ayıramaması, eksik bilgi vs.) dolayı bilimsel açıdan değerlendirilebilir 214 anket elde edilmiştir. Bu durumda anketlerin geri dönüş oranı %63.5'tir.

### **3.2.2. Araştırmanın Kısıtları**

Araştırma sürecinde bir takım zorluklarla karşılaşmıştır. Araştırmacının bir kamu kurumunda eğitimci olması, alan araştırması için yapılan zaman planlamasının, mecburen, Haziran ayının ikinci yarısından sonra başlayıp, Ağustos ayının ortasına kadar sürecek bir dönemi kapsamasına neden olmuştur. Planlama aşamasında, yüz yüze görüşme yoluyla dolduracakları anket formları ve yapılacak mülakatlar için zaman ayırabilmeleri bakımından işletmecilerin yoğunluğunun az olduğu dönemler seçilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, Ağustos ayındaki yoğunluk göz önüne alınarak, özellikle Temmuz ayı en iyi şekilde değerlendirilmeye çalışılırken, gün içinde de zaman olarak işletmecilerin ve işletmelerin daha uygun oldukları 13:30 – 16:30 zaman dilimi araştırma için tercih edilmiştir. Söz konusu zaman dilimi öncesinde, işletme içi ve dışı işlerin yoğunluğu nedeniyle, yöneticilerin araştırma çalışmasına zaman ayırmalarının çok zor olabileceği gerçeği; araştırmacının bölgedeki geçmiş tecrübesinden ve araştırma döneminde söz konusu zaman çizelgesi dışına sarkan görüşmeler için talep edilen randevuların kabulündeki güçlüklerden de anlaşılmıştır.

Literatür taramasında, butik otellerin kısa bir geçmişe sahip olması nedeniyle bu tür otellere yönelik çalışmaların nitelik ve nicelik olarak istenilen düzeyde olmadığı görülmüştür.

Araştırma konusunun kapsam ve sınırlarını belirlemede kullanılacak ölçütlerin net olarak belirlenmemiş olması, var olan kriterlere ilişkin elde yeterli veri olmayışı, araştırmayı güçleştiren etmenlerdendir.

Araştırmanın yapıldığı zaman diliminin, yoğun sezon olarak adlandırılan döneme denk gelmesi, katılımcıların anket uygulamalarını hoş karşılamaması, bu ve benzeri araştırmaların seyahat acenteleri, belediye veya devlete bağlı birimlerce yapıldığı kanısının insanların zihinlerinde yer etmiş olmasının da etkisiyle, araştırmaya katılımında sorunlar yaşatmıştır. Ayrıca anketi cevaplamada işletme sahibi ya da yöneticilerin isteksiz oluşu hem bilimsel araştırma yapmayı ve bilgiye ulaşmayı güçleştirmektedir.

Ayrıca, birden fazla konaklama işletmesi bulunan işletmecilerin sadece bir form doldurmayı kabul etmesi nedeniyle, diğer işletmeleri kapsam dışı bırakmıştır.

Anketin uygulamasındaki problemler yanında, konunun içeriği açısından da problemlerle karşılaşmıştır. Özellikle işletmecilerin önemli bir kesiminin, işletmelerinin iş ve işleyişine ilişkin bilgilerinin yetersiz oluşu, bu konuda sık sık aile bireyleri ya da çalışanlardan yardım almak suretiyle anket formlarını doldurmalarına, bu da anket uygulamasının istenildiği şekilde gerçekleştirilememesine neden olmuştur.

### **3.2.3. Anket Formunun Niteliği**

Anket formu iki ana bölümden ve 71 sorudan oluşmaktadır. Birinci grupta işletmenin ve ankete katılan yöneticilerin demografik özelliklerini belirlemek üzere toplam 16 soru sorulmuştur. İkinci grupta ise küçük otel işletmelerinin sorunları ile ilgili 5’li likert tipi 48 ifadeden oluşan bir ölçek bizzat araştırmalar tarafından geliştirilmiştir (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum). Bu ölçeğin güvenilirliği (Cronbach’ alpha katsayısı) 0.74 hesaplanmıştır. Bu değer 0,70’in üzerinde olduğu için ölçeğin güvenilirliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir (Şimşek ve diğ.,2009).

Öte yandan küçük otel işletmelerinin performansını ölçmek için Fawcett ve Clinton (1996) tarafından geliştirilmiş olan işletme performansı ölçeği kullanılmıştır. 5’li Likert’in esas

alındığı bu ölçek 7 ifadeden oluşmaktadır (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum). Bu ölçeğin güvenirliği ise, 0.88'dir.

### **3.3. Araştırma Bulguları ve Bu Bulguların Değerlendirilmesi**

Araştırmada elde edilen anket verileri SPSS 15,0 programına girilerek analizleri yapılmış ve sonuçlar bu programdaki analiz sonuçlarına göre değerlendirilmiştir.

#### **3.3.1. Demografik Bulgular**

##### ***Araştırmaya Konu Olan İşletmelerin Özellikleri***

Anketi cevaplayan işletmelerin demografik özellikleri ile ilgili araştırma bulguları Tablo 7' de verilmiştir

Araştırmada sektördeki faaliyet süresine verilen cevaplarda, %15,4 ile 33 işletme 1 yıldan az, %29 ile 62 işletme 1-5 yıl arası, %22 ile 47 işletme 6-10 yıl arası, %14 ile 30 işletme 11-15 yıl arası ve %19,6 ile 42 işletme 15 yıldan fazla süredir faaliyet gösterdiklerini belirtmiştir. Bu sonuçlardan, araştırmaya katılan otellerden %60'dan fazlasının 10 yıldan fazla sektörde faaliyet gösterdikleri anlaşılmaktadır.

Ankete konu olan işletmelerin oda sayısı incelendiğinde %12,1'inin 10 ve daha az oda, %31,3'ünün 11-20 arası oda, %25,2'sinin 21-30 arası oda ve %31,3'ünün 30 ve daha fazla oda sayısına sahip olduğu görülmektedir. Yine araştırmaya katılmış olan işletmelerin %15,4'ünün 1 yıl ve daha az, %29'unun 1-5 yıl arası, %22'sinin 6-10 yıl arası, %14'ünün 11-15 yıl arası ve %42'sinin de 15 yıl ve daha fazla yıldır faaliyet gösterdikleri anlaşılmaktadır.

Yatak sayısı açısından da incelendiğinde işletmelerin %3,7'sinin 10 ve daha az yatak kapasiteli, %16,4'ünün 11-25 arası yatak kapasiteli, %19,6'sının 26-35 arası yatak kapasiteli, %14,5'inin 36-45 arası yatak kapasiteli, %45,8'nin ise 45 ve daha fazla yatak kapasiteli olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcı işletmelerin çalıştırdıkları personel sayısı açısından %24,3'ünün 5 ve daha az personel, %35,5'inin 6-10 arası personel, %14'ünün 11-15 arası personel, %7,5'inin 16-20 arası personel, % 18,7'sinin 20 ve daha fazla personel çalıştırdığı görülmektedir. Yine bu işletmelerin turizm eğitimi almış personel oranı incelendiğinde %66,4'ünde 5 ve daha az personel, %14,5'inde 6-10 arası, %4,7'sinde 11-15 arası, %3,3'ünde 16-20 arası, %1,4'ünde 20 ve daha fazla turizm mezunu olduğu ve %9,8'inin de ise hiç turizm eğitimi almamış personel olduğu ortaya çıkmaktadır.

İşletmelerin %35'ini turizm belgeli olarak faaliyet gösteren işletmeler, %43'ünü belediye belgeli olarak faaliyet gösteren işletmeler ve %22'sini ise özel belgeli olarak faaliyet gösteren otel işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında olan deneklerin işletme türü açısından belediye belgeli otel statüsünde olan işletmelerin çoğunlukta olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırmaya konu olan işletmelerden %47,2'sinin işletme sahibi, %14,5'inin profesyonel yönetici ve %38,3'ünün ise sahip ve profesyonel yönetici tarafından yönetildiği araştırma sonuçlarından anlaşılmaktadır. Bu sonuç işletmelerin hala profesyonel ve işletmeyi daha başarılı kılması muhtemel kişilere teslim edilmediğini göstermektedir. Anketlerin uygulandığı işletmelerin hukuki statüsü %34,1'i şahıs işletmesi, %46,3'ü limitet şirket, %12,1'i anonim şirketi, %7,5'inin ise aile şirketi olarak belirlenmiştir. Böylece anketlerin uygulandığı işletmelerin şahıs işletmesi ve limitet şirket hukuki statüsünde olanların çoğunlukta oldukları sonucuna varılmaktadır.

**Tablo 7 : Anketi Cevaplayan İşletmelerin Özellikleri ( n=214)**

<b>Özellikler</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>Özellikler</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Faaliyet Süresi</b>			<b>Turizm Mezunu Çalışan Sayısı</b>		
1 yıldan az	33	15,4	5'ten az	142	66,4
1-5 yıl	62	29,0	6-10 arası	31	14,5
6-10 yıl	47	22,0	11-15 arası	10	4,7
11-15 yıl	30	14,0	16-20 arası	7	3,3
15 yıldan fazla	42	19,6	20'den fazla	3	1,4
			Olmayan	21	9,8
<b>Oda Sayısı</b>			<b>Kategori</b>		
10dan az	26	12,1	Turizm Belgeli	75	35,0
11-20 arası	67	31,3	Belediye Belgeli	92	43,0
21-30 arası	54	25,2	Özel Belgeli	47	22,0
30dan fazla	67	31,3			
<b>Yatak Sayısı</b>			<b>Yönetim</b>		
10dan az	8	3,7	Sahip	101	47,2
11-25 arası	35	16,4	Profesyonel yönetici	31	14,5
26-35 arası	42	19,6	Sahip ve profesyonel yönetici	82	38,3
36-45 arası	31	14,5			
45ten fazla	98	45,8			
<b>Çalışan Sayısı</b>			<b>Hukuki</b>		
5ten az	52	24,3	Şahıs	73	34,1
6-10 arası	76	35,5	Limited	99	46,3
11-15 arası	30	14,0	Anonim	26	12,1
16-20 arası	16	7,5	Aile	16	7,5
20den fazla	40	18,7			

### ***Araştırmaya Konu Olan İşletmelerin Yöneticilerinin Demografik Özellikleri***

Anketi cevaplayan yöneticilerin demografik özellikleri ile ilgili araştırma bulguları Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8 incelendiğinde araştırmaya katılan yöneticilerin %13,1’nin kadın ve %86,9’nun ise erkek olduğu anlaşılmaktadır. Demografik özelliklerin cinsiyetle ilgili yüzdesine bakıldığında ankete kadınlardan daha çok erkeklerin katıldığı görülmektedir. Bu da turizm sektöründe çalışan erkek sayısının çalışan kadın oranından fazla olduğunu göstermektedir. Söz konusu yöneticilerin %2,3’ünün 20 yaş ve aşağısı, %49,5’inin 21-30 yaş arası, %34,1’nin 31-40 yaş arası, %10,7’sinin 41-50 yaş arası ve %3,3’nün 50 yaş ve üzerindeki gruplarda yer aldıkları görülmektedir. Hizmet sektöründe nitelikli personele olan ihtiyaç, turizm söz konusu olduğunda fiziksel kapasiteye duyulan ihtiyaca eklenir. Doğal olarak bu ihtiyacı gidermek için daha genç çalışanların bulunduğu 21-30 ve 31-40 yaş grupları ağırlıklı bir sonuç karşımıza çıkarmaktadır. 41-50 yaş grubuna dahil kişilerin ağırlıklı olarak işletme sahipleri ya da profesyonel yöneticilerdir. Anlaşılacağı üzere yöneticilerin çoğunluğu erkeklerden oluşmakta olup büyük bir kısmı genç ve orta yaş grubunda yer almaktadır. Ayrıca, araştırmaya konu olan yöneticilerin %45,3’ü evli iken, %54,7’si bekârdır. Konaklama işletmelerinde çalışan kişilerin genelde evli olmadığı gözlemlenmektedir. Bu da sektörün özelliğinden kaynaklanmaktadır.

Eğitim durumu açısından ankete katılanlar incelendiğinde ise %3,7’sinin ilköğretim mezunu, %31,3’ünün lise mezunu, %14,5’inin önlisans mezunu, %44,4’ünün lisans mezunu, %6,1’inin lisansüstü mezunu olduğu anlaşılmaktadır. Eğitim düzeylerine bakıldığında ise işletme yöneticilerinin çoğunluğunun üniversite eğitimi aldığı görülmektedir. Ayrıca ankete katılanların %15’inin sahip yönetici, %31,8’inin müdür, %1,4’ünün müdür yardımcısı, %42,5’inin departman yöneticisi, %0,9’unun pazarlama ve satış yöneticisi, %3’3’ünün diğer pozisyonlarda çalışan kişilerden oluştuğu görülmektedir.

Anketi cevaplayan kişilerin iş deneyimleri incelendiğinde, %5,6’sının 1 yıldan daha az, %21,5’inin 1-4 yıl arası, %22’sinin 5-8 yıl arası, %21,5’inin 9-12 yıl arası, %10,7’sinin 13-

15 yıl arası ve %18,7'sinin 15 yıldan fazla iş deneyimine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ankete katılanların %57,5'i turizm eğitimi almışken, %42,5'inin turizm eğitimi almadığı görülmektedir. Turizm eğitimi almış katılımcılarında %8,9'unun turizm sertifika eğitimi, %7,5'inin turizm lisesi, %18,2'sinin turizm önlisans, %20,1'inin turizm lisans, %2,8'nin turizm lisansüstü düzeyinde eğitim aldıkları görülmektedir.

**Tablo 8 : Anketi Cevaplayan Yöneticilerin Demografik Özellikleri (n=214)**

Özellikler	n	%	Özellikler	n	%
<b>Cinsiyet</b>			<b>Pozisyon</b>		
Kadın	28	13,1	Sahip yönetici	32	15,0
Erkek	186	86,9	Müdür	68	31,8
<b>Yaş Durumu</b>			Müdür Yardımcısı	3	1,4
20 ve aşağı	5	2,3	Departman Yöneticisi	91	42,5
21-30 arası	106	49,5	Halkla İlişkiler Yöneticisi	2	0,9
31-40 arası	73	34,1	Pazarlama ve Satış Yöneticisi	11	5,1
41-50 arası	23	10,7	Diğer	7	3,3
50 ve üstü	7	3,3	<b>Deneyim</b>		
<b>Medeni Durum</b>			1 yıldan az	12	5,6
Evli	97	45,3	1-4 yıl	46	21,5
Bekâr	117	54,7	5-8 yıl	47	22,0
<b>Eğitim Durumu</b>			9-12 yıl	46	21,5
İlköğretim	8	3,7	13-15 yıl	23	10,7
Lise	67	31,3	15 yıldan fazla	40	18,7
Ön Lisans	31	14,5	<b>Turizm Eğitimi</b>		
Lisans	95	44,4	Evet	123	57,5
Lisansüstü	13	6,1	Hayır	91	42,5
			<b>Düzy</b>		
			Turizm sertifika eğitimi	19	8,9
			Turizm lise	16	7,5
			Turizm önlisans	39	18,2
			Turizm lisans	43	20,1
			Turizm lisansüstü	6	2,8



### 3.3.2. Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerde Yaşanan Sorunlara İlişkin

#### Temel Araştırma Bulguları

Ankete katılan işletmelerin karşılaştıkları sorunlarla ilgili araştırma bulguları Tablo 9’da verilmiştir.

Örgütlenme ve yönetim ile ilgili sorunlar ve nitelikler incelendiğinde küçük otel yöneticilerinin %73,8’i işletmelerinde yetki devri mekanizmasının etkin bir şekilde işlendiğine inandıklarını, %68,7’si işletmede hesap verilebilirlik ve şeffaflık için kurumsal yönetim anlayışı benimsendiğini iddia etmektedir. Bu bulgu Sultanahmet destinasyonundaki küçük otel işletmelerinin kurumsallaşma sorunu yaşamadıklarını göstermektedir.

Araştırmaya katılanların %55,6’sı işletmenin geleceğe dair uzun vadeli planlama yapmaya uygun ortam oluşturduğunu ve deneklerin %56,5’inin işletmelerinde iş bölümü ve uzmanlaşmanın yeterli olduğunu ifade etmiştir. Bu bulgu söz konusu otellerde genellikle uzmanlaşmanın önemsendiğini göstermiştir. Ayrıca araştırmaya katılan otel yöneticileri işletmede yetki ve sorumlulukların açık bir şekilde belirlendiğini (%74,7), işletmede karar verilirken işgörenlerin görüşlerine başvurulduğunu (%65,4), departmanlardaki iş yükünün herkese eşit olarak dağıtıldığını (%62,6) ifade etmiştir. Öte yandan otel yöneticilerinin %81,8’i işletmede kontrol işlevinin genelde üst yönetim tarafından yerine getirildiğini belirttikleri gözlenmektedir. Bu küçük işletmelerde emir-komuta örgütünün yaygın olduğunu göstermektedir. Yani klasik bir yönetim anlayışının butik otellerde yaygın olduğu ifade edilebilir. Buna karşın, araştırmaya katılanların %70,6’sı işletmelerin profesyonel bir yönetici tarafından yönetildiğini belirtmektedir. Ancak profesyonel yöneticiliğin kapsamı ve nitelikleri belirtilmediğinden bu bulgu dikkatli bir şekilde değerlendirilmelidir. Nitekim otel yöneticilerinin %51,9’u işletmenin yönetim ve karar organlarında aile bireyleri hâkim olduğunu belirtmektedir. Bu sonuç işletmelerin neredeyse yarısında aile bireylerinin yönetimde etkili olduğunu göstermektedir.

Sultanahmet destinasyonundaki otel işletmelerinin yöneticileri personel tedariki ile ilgili sorun yaşanmadığını (%54,2), uzun vadede nitelikli personeli işletmeye çekmede güç

yaşandığını (%62,1) belirtmektedirler. Ancak araştırmaya katılan yöneticiler personelin işten ayrılma nedenleri arasında düşük ücret (%48,6), çalışma ortamından kaynaklanan sorunlar (%45,3), aşırı iş yükünü (%43,5) yükselme olanaklarının sınırlı olmasını (%40,6) ve görmektedir.

Araştırmaya katılan işletmelerin personel seçiminde göz önüne aldıkları kriterleri incelendiğinde yabancı dil bilgisi (%91,6), uzun vadeli çalışmaya istekli olması (%89,8), kişinin sektördeki iş deneyimi (%84,6), olumlu referanslar (%76,2) ve turizm eğitimi almış olmasının (%70,19) en önemli kriterler olduğu anlaşılmaktadır. İşletmeler açısından personelin turizm eğitimi almasının diğer kriterlere göre çok fazla önemsenmemesinin, bu tip çalışanların taleplerinin ve beklentilerinin işletmelerce yüksek bulunmasının rolü büyüktür.

Araştırmaya katılan işletmelerin %69,7'si satışına aracılık ettiği hizmetler (turlar, araç gezileri vb.) bulunduğunu belirtmiştir. Bu işletmelerin %35,5'nin, turizme yönelik verilen kredilerden yararlanmadıklarını ifade etmiştir. Hatta işletmelerin %23,8'nin bu krediler konusunda fikri olmadığı görülmektedir. Ayrıca ankete cevap veren işletmelerin %44'ü hammadde ve işçilik maliyetleri yüksek olduğunu belirtmiştir.

Araştırmaya katılan işletmelerin %34'ü seyahat acenteleri ve tur operatörleri gibi aracı kuruluşlardan yeteri kadar yararlanmadıklarını belirtmiştir. Bu işletmelerin %66,8'i kendilerine özgü yeni ürün ve hizmetler geliştirdiklerini, %85,1'i müşteri ilişkileri yönetiminde internetten etkin bir şekilde yararlandıklarını, %90,2'si ülkenin imajının ürün ve hizmetlerin sunumunu etkilediğini ve %69,2'si işletme ve ürünlerinin bir marka niteliğinde olduğunu belirttiği gözlenmektedir.

Ayrıca araştırmaya konu olan işletmelerin müşterilerin konforu ve rahatlığı için gerekli alt yapıya sahip oldukları (%75,7), ihtiyaç olduğu anda otelin fiziksel yapısında değişikliğe gidilebildikleri (%65,5), yeterli çalışma şartlarına (yer, aydınlatma, ısıtma vs.) sahip oldukları (%79), otel rezervasyonu ve tanıtım için web sitelerinin olduğu (%89,3) ifade edilmektedir.

**Tablo 9 : Katılımcıların Görüşlerinin Frekans ve Yüzde Dağılımları**

İFADELER	1		2		3		4		5		$\bar{X}$	s
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
1.İşletmede yetki devri mekanizması etkin bir şekilde işler.	8	3,7	26	12,1	21	9,8	100	46,7	58	27,1	3,81	1,08
2.İşletmede hesap verilebilirlik ve şeffaflık için kurumsal yönetim anlayışı benimsenmiştir.	13	6,1	27	12,6	26	12,1	89	41,6	58	27,1	3,71	1,17
3.İşletme değişen koşullara uyum konusunda esnek bir yapıya sahip değildir.	46	21,5	80	37,4	31	14,5	35	16,4	21	9,8	2,55	1,26
4.İşletmede geleceğe dair uzun vadeli planlama yapılamamaktadır.	45	21	74	34,6	33	15,4	37	17,3	21	9,8	2,59	1,27
5.İşletmenin misyon ve vizyonu belirlenmiştir.	9	4,2	20	9,3	29	13,6	92	43	63	29,4	3,84	1,08
6.İşletmede iş bölümü ve uzmanlaşma yetersizdir.	51	23,8	69	32,7	38	17,8	36	17,8	20	10,3	2,55	1,27
7.Departmanlardaki iş yükü herkese eşit olarak dağıtılmıştır.	14	6,5	37	17,3	28	13,1	91	42,5	43	20,1	3,52	1,18
8.İşletmenin tüm politikaları tek kişi tarafından belirlenmektedir.	25	56	56	26,2	27	12,6	71	33,2	33	15,4	3,14	1,29
9.İşletmede karar verilirken işgörenlerin görüşlerine başvurulur.	13	6,1	26	12,1	34	15,9	98	45,8	42	19,6	3,61	1,11
10.İşletmede yetki ve sorumluluklar açık bir şekilde belirlenmiştir.	11	5,1	19	8,9	24	11,2	100	46,7	60	28	3,83	1,09
11.İşletmede kontrol işlevi genelde üst yönetim tarafından yerine getirilir.	9	4,2	12	5,6	18	8,4	117	54,7	58	27,1	3,94	,97
12.İşletme profesyonel bir yönetici tarafından yönetilmektedir.	12	5,6	16	7,5	35	16,4	84	39,3	67	31,3	3,83	1,12
13.İşletmenin yönetim ve karar organlarında aile bireyleri hâkimdir.	26	12,1	51	23,8	25	11,7	71	33,2	40	18,7	3,22	1,33
14.Çalışanlar yeterli iş bilgisine sahiptir.	13	6,1	22	10,3	41	19,2	91	42,5	46	21,5	3,63	1,11
15.Personel tedariki konusundan herhangi bir sorunla karşılaşılmamaktadır.	24	11,2	37	17,3	37	17,3	79	36,9	37	17,3	3,31	1,26
16.Çalışanlar hak ettiği ücreti alabilmektedir.	28	13,1	34	15,9	40	18,7	68	31,8	44	20,6	3,30	1,31

Tablo 9'un devamı.

İFADELER	1		2		3		4		5		$\bar{X}$	s
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
17.İşletmede çok sık personel değişmektedir.	48	22,4	46	22,5	33	15,4	49	22,9	38	17,8	2,92	1,43
18.Uzun vadede nitelikli personeli işletmede tutmakta güçlük çekilmektedir.	34	15,9	47	22	26	12,1	60	<b>28</b>	<b>47</b>	<b>22</b>	3,18	1,41
19.Düşük ücret nedeniyle yetişen personel büyük işletmelere transfer olmaktadır.	28	13,1	49	22,9	33	15,4	65	<b>30,4</b>	<b>39</b>	<b>18,2</b>	3,17	1,32
20.Çalışma ortamından kaynaklanan sorunlardan dolayı personel işten ayrılmaktadır.	39	18,2	50	23,4	27	12,6	58	<b>27,1</b>	<b>39</b>	<b>18,2</b>	3,03	1,40
21.Yükselme olanaklarının sınırlı olmasından dolayı personel işten ayrılmaktadır.	26	12,1	61	28,5	40	18,7	64	<b>29,9</b>	<b>23</b>	<b>10,7</b>	2,98	1,22
22.Aşırı iş yükünden dolayı personel işten ayrılmaktadır.	49	22,9	47	22	24	11,2	56	<b>26,2</b>	<b>37</b>	<b>17,3</b>	2,92	1,45
23.İş tanımlarının yapılmaması nedeniyle personel işi etkin ve verimli yapmamaktadır.	42	19,6	64	29,9	17	7,9	46	21,5	44	20,6	2,93	1,46
24.Personel seçiminde kişinin turizm eğitimi almış olması önemlidir.	10	4,7	27	12,6	27	12,6	67	<b>31,3</b>	<b>83</b>	<b>38,8</b>	3,86	1,19
25.Personel seçiminde kişinin sektördeki iş deneyimi önemlidir.	4	1,9	10	4,7	18	8,4	90	<b>42,1</b>	<b>91</b>	<b>42,5</b>	4,19	,91
26.Personel seçiminde kişinin yabancı dil bilgisi önemlidir.	2	,9	4	1,9	11	5,1	82	<b>38,3</b>	<b>114</b>	<b>53,3</b>	4,41	,75
27.Personel seçiminde kişinin uzun vadeli çalışmaya istekli olması önemlidir.	2	,9	5	2,3	14	6,5	84	<b>39,3</b>	<b>108</b>	<b>50,5</b>	4,36	,78
28.Personel seçiminde referanslar ve tanıdıkların yönlendirmesi önemlidir.	4	1,9	17	7,9	30	14	96	<b>44,9</b>	<b>67</b>	<b>31,3</b>	3,95	,97
29.Personelin güvenliği ve sağlığı konusunda garanti verilmektedir.	14	6,5	15	7	24	11,2	92	43	69	32,2	3,87	1,13

Tablo 9'un devamı.

İFADELER	1		2		3		4		5		$\bar{X}$	s
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
30.İşletmede kısa vadede nakit sıkıntısı çekilmektedir.	39	18,2	61	28,5	47	22	47	22	18	8,4	2,73	1,23
31.İşletmenin satışına aracılık ettiği hizmetler(turlar, araç gezileri vb.) vardır.	16	7,5	28	13,1	20	9,3	90	<b>42,1</b>	<b>59</b>	<b>27,6</b>	3,69	1,21
32.Teminat ve yüksek faiz nedeniyle kredi temininde güçlük çekilmektedir.	57	26,6	39	18,2	50	23,4	32	15	33	15,4	2,73	1,40
33.Turizme yönelik teşviklerden yararlanılamamaktadır.	36	16,8	49	22,9	51	23,8	37	17,3	39	18,2	2,97	1,35
34.Satın alma, istihdam, stok, tanıtım gibi giderlere ayrılan bütçe dar kapsamlıdır ve uzun vadeli planların risk oranı yüksektir.	37	17,3	49	22,9	36	16,8	50	23,4	40	18,7	3,03	1,38
35.İşletmede hammadde ve işçilik maliyetleri yüksektir (enerji maliyetleri, yüksek faizler ve döviz riski vs.)	33	15,4	47	22	39	18,2	59	<b>27,6</b>	<b>35</b>	<b>16,4</b>	3,07	1,33
36.İşletme, ürün ve hizmetlerini pazarlama sorunu yaşamaktadır.	52	24,3	63	29,4	35	16,4	40	18,7	22	10,3	2,60	1,31
37.İşletme halkla ilişkiler ve reklamdan en optimal biçimde yararlanmaktadır.	14	6,5	32	15	56	26,2	77	36	32	15	3,38	1,11
38.İşletme, periyodik olarak ürün ve hizmetlerine yönelik talep ve Pazar araştırması yapmaktadır.	12	5,6	41	19,2	44	20,6	94	<b>43,9</b>	<b>23</b>	<b>10,7</b>	3,35	1,08
39.İşletme seyahat acentaları ve tur operatörleri gibi aracı kuruluşlardan yeteri kadar yararlanamamaktadır.	39	18,2	60	28	41	19,2	53	<b>24,8</b>	<b>20</b>	<b>9,3</b>	2,78	1,26
40.İşletme kendine özgü yeni ürün ve hizmetler geliştirir.	6	2,8	27	12,6	37	17,3	100	<b>46,7</b>	<b>43</b>	<b>20,1</b>	3,69	1,02
41.İşletme müşteri ilişkileri yönetiminde internetten etkin bir şekilde yararlanır.	6	2,8	10	4,7	14	6,5	84	<b>39,3</b>	<b>98</b>	<b>45,8</b>	4,21	,96

Tablo 9'un devamı.

İFADELER	1		2		3		4		5		$\bar{X}$	s
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
42.Ülkenin imajı ürün ve hizmetlerin yabancı müşterilere sunumunu etkiler.	6	2,8	3	1,4	11	5,1	88	41,1	105	49,1	4,32	,86
43.İşletme ve ürünleri bir marka niteliğindedir.	6	2,8	17	7,9	42	19,6	77	36	71	33,2	3,89	1,04
44.Müşterilerin konforu ve rahatlığı için işletme gerekli alt yapıya(asansör, dinlenme alanları, teras vb.) sahiptir.	5	2,3	15	7	31	14,5	79	36,9	83	38,8	4,03	1,01
45.İhtiyaç olduğu anda otelin fiziksel yapısında değişikliğe gidilebilmektedir.	17	7,9	24	11,2	32	15	96	44,9	44	20,6	3,59	1,16
46.İşletme çalışma şartları, yer, aydınlatma, ısıtma vb. yönlerden yeterlidir.	5	2,3	13	6,1	26	12,1	98	45,8	71	33,2	4,01	,95
47.Çalışma alanlarının darlığı nedeniyle hizmetin sunumunda zaman zaman sıkıntı yaşanılmaktadır.	30	14	40	18,7	42	19,6	80	37,4	20	9,3	3,09	1,22
48.Otel rezervasyonu ve tanıtım için web sitesi bulunmaktadır.	6	2,8	3	1,4	13	6,1	65	30,4	126	58,9	4,41	,88

Ölçek: 1=Kesinlikle Katılmıyorum; 2=Katılmıyorum; 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum; 4= Katılıyorum; 5= Kesinlikle Katılıyorum  
Cronbach's Alpha=0,74 N of items=48

### 3.3.3. Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerin Performans Düzeylerini

#### Ölçmeye Yönelik Soruların Sonuçları

Araştırma katılan işletmelerin performansına yönelik ifadelere gelince araştırmaya katılan işletmelerin önem derecesine göre, rakiplere göre karlılıklarının sürekli arttığı (%82,3) ürün ve servis kalitesinin sürekli artış eğiliminde olduğu (%79,5), piyasada müşteri tatmini ve bağlılığın yüksek olduğu (%78,1), rakiplere göre pazar payında sürekli üstünlük sağlandığı (%58,9), satışlarda sürekli artış gözlemlendiği (%60,3), yeni ürün geliştirme konusunda rakiplerden daha hızlı davranıldığı (%50,9) ve hammadde, işçilik maliyetlerinde

**Tablo 10 : Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerdeki Sorunların Performans Üzerindeki Etkilerine Yönelik Katılımcı Görüşleri**

İFADELER	1		2		3		4		5		— X	s
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
49.Pazar payında rakiplere göre sürekli üstünlük sağlayabiliyoruz.	4	1,9	26	12,1	56	26,2	74	34,6	<b>52</b>	<b>24,3</b>	3,67	1,03
50.Karlılığımız rakiplere göre sürekli artmaktadır.	6	2,8	21	9,8	72	33,6	76	35,5	<b>36</b>	<b>16,8</b>	3,54	,98
51.Satışlarımızda sürekli artış gözlemlenmektedir.	4	1,9	23	10,7	57	26,6	81	37,9	<b>48</b>	<b>22,4</b>	<b>3,68</b>	,99
52.Piyasada müşteri tatmini ve bağlılığı temin edebiliyoruz.	6	2,8	9	4,2	30	14	108	50,5	<b>59</b>	<b>27,6</b>	<b>3,96</b>	,92
53.Ürün ve servis kalitemiz sürekli artış eğilimindedir.	4	1,9	10	4,7	29	13,6	105	49,1	<b>65</b>	<b>30,4</b>	<b>4,01</b>	,89
54.Hammadde, işçilik vb. maliyetlerimizde düşüşler sağlayabiliyoruz.	11	5,1	46	21,5	71	33,2	60	28	<b>24</b>	<b>11,2</b>	3,18	1,06
55.Yeni ürün geliştirme konusunda rakiplerden daha hızlıyız.	6	2,8	26	12,1	71	33,2	66	30,8	<b>43</b>	<b>20,1</b>	3,53	1,03

Ölçek: 1=Kesinlikle Katılmıyorum; 2=Katılmıyorum; 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum; 4= Katılıyorum; 5=Kesinlikle Katılıyorum Cronbach's Alpha=0,88.

düşüş olduğu (%39,2) görülmektedir. Bu ifadelere bakıldığında küçük otel modellerinin çok etkin olduğu söylenebilir. Önemli sorunları olmasına karşın bu otel konseptinin kişiselleştirilmiş mal ve hizmet sunumu için uygun çözüm alternatiflerinden biri olduğu rahatlıkla ifade edilebilir.

### **3.3.4. Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerde Yaşanan Sorunlara Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

Faktör analizi, aralarında ilişki bulunduğu düşünülen çok sayıda değişkenden oluşan bir veri setine ait temel faktörlerin ortaya çıkarılarak araştırmacı tarafından veri setinde yer alan kavramlar arasındaki ilişkilerin daha kolay anlaşılmasına yardımcı olmak için yapılır. Bir başka ifadeyle bir veri matrisinin temelini teşkil eden ilişki yapısını anlamak için kullanılan çok değişkenli bir analiz tekniğidir (Altunışık ve diğ., 2005: 212).

Faktör analizi, bir konuda deneklerin verdiği cevaplara göre değişkenler arasındaki korelasyonun hesaplanarak, birbiri ile ilişkili olan ve aynı boyutu ölçen değişkenlerin gruplandırılması sonucu faktör elde etme işlemidir. Her bir değişkenin elde edilen faktörler ile korelasyonunu belirleyen sayıya faktör yükü denir (Ural ve Kılıç, 2005).

İstanbul Sultanahmet destinasyonundaki küçük otellerin sorunlarını belirlemek için geliştirilen 48 ifadeyi belli boyutlar altında toplamak (veya faktörleri azaltmak) için açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan verilerin faktör analizi açısından uygun olabilmesi için Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) katsayısının 0,60 ve üstünde olması arzulanmaktadır (Norusis, 1993: 49). Bu çalışmada verilerin faktör analizi açısından uygunluğu için yapılan KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) testi 0,785 ve Barlett testi  $\chi^2=2302,181$  olarak bulunmuştur. Ayrıca faktör analizinden yararlanmak için korelasyon matrisine bakılmış ve ifadeler arasında yüksek korelasyon ilişkisi olduğu gözlemlenmiştir.

Veriler üzerinde temel bileşenler yöntemi ve varimax dönüştürmesine göre açıklayıcı faktör analizi yapılarak “Butik anlayışıyla hizmet sunan küçük otel işletmelerinde yaşanan sorunlara” ilişkin boyutlar belirlenmeye çalışılmıştır. Faktör analizinin en önemli amacı, rotasyona tabi olan matristen hangi değişkenlerin bir faktörle ilişkili olduğunu yüksek ortak ağırlıklara bakarak tespit etmektir. Ancak rotasyona tabi tutulmayan faktörlerin yorumlanması nadiren anlamlı olur. Analiz sonucunda ilk olarak 14 faktör elde edilmiştir. Bunun için değişkenler 8 kez rotasyona tabi tutulmuştur. İçerik analizi sonucunda düşük yüklenme değerine sahip anlamlı olmayan 16 ifade ölçekten çıkarılmıştır. Kalan 32



ifadenin faktör analizine tabi tutulması sonucunda faktör yükü 0,50 ve özdeğeri 1 ve üzerinde olan 8 faktör elde edilmiştir. Çünkü faktör sayısını belirlerken özdeğeri bir veya birden fazla olan faktörler hesaba katılmakta, diğerleri modele dâhil edilmemektedir. Ayrıca, Tablo 11’de görülen 8 faktör, toplam varyansın %62,270’ini açıklamaktadır. Sosyal bilimlerde genellikle açıklanan toplam varyansın %50’nin altında bir sonuç olması kabul görmemektedir (Kurtuluş ve Okumuş, 2006: 9).

Rotasyon sonrası birinci boyut, 17., 18., 19., 20., 22., ve 23. ifadelerden, ikinci boyut, 1., 2., 10., 11., 12., 14., ve 46. ifadelerden, üçüncü boyut, 32., 33., 34., 35., ve 36. ifadelerden, dördüncü boyut, 24., 25., 26., ve 27. ifadelerden, beşinci boyut, 41. ve 48. ifadelerden, altıncı boyut, 3., ve 6. ifadelerden, yedinci boyut, 15., ve 16. ifadelerden ve sekizinci boyut ise 37., ve 38. ifadelerden oluşmaktadır.

Tablo 11’de her bir faktöre ait ifadelere karşılık gelen faktör yükleri verilmiştir. Burada her bir faktörün kaç adet ifadeden meydana geldiği, en yüksek faktör yükü değerinden başlayarak sıralanmaktadır. Yine tabloda belirlenen 8 faktöre ilişkin Cronbach’s Alpha değerleri, yani güvenilirlik katsayıları  $0,71 < \alpha < 0,88$  aralığında yer aldığı görülmektedir. Bu oranlar faktör analizi bir araya gelen ifadelerin oluşturdukları boyutların (ölçeklerin) güvenilir olduğu anlamına gelmektedir (Nakip, 2003).

Faktörleri oluşturan ifadeler (değişkenler) dikkate alınarak ilgili 8 faktör; *işgücü devri, kurumsallaşma, finansal ve pazarlama sorunları, personel seçimi, internet kullanımı, bürokratik yapı, personel tedariki ve ücret sorunu ve pazar araştırması sorunu ve tutundurma* olarak isimlendirilmiştir. Bu faktörlerin kapsamı ve isimlendirme gerekçeleri aşağıda verilmiştir:

**Tablo 11 : Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerde Yaşanan Sorunlara Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

Faktörler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Varyans Yüzdesi	Cronbach' Alpha	Eşkökenlilik
<b>Faktör 1:İşgücü devri</b>		5,811	18,159	0,916	
S17.İşletmede çok sık personel değişmektedir.	0,502				0,702
S18.Uzun vadede nitelikli personeli işletmede tutmakta güçlük çekilmektedir.	0,716				0,663
S19.Düşük ücret nedeniyle yetişen personel büyük işletmelere transfer olmaktadır.	0,721				0,576
S20.Çalışma ortamından kaynaklanan sorunlardan dolayı personel işten ayrılmaktadır.	0,832				0,739
S22.Aşırı iş yükünden dolayı personel işten ayrılmaktadır.	0,779				0,656
S23.İş tanımlarının yapılmaması nedeniyle personel işi etkin ve verimli yapmamaktadır.	0,639				0,600
<b>Faktör 2: Kurumsallaşma</b>		4,333	13,540	0,854	
S1.İşletmede yetki devri mekanizması etkin bir şekilde işler.	0,584				0,553
S2.İşletmede hesap verilebilirlik ve şeffaflık için kurumsal yönetim anlayışı benimsenmiştir.	0,648				0,609
S10.İşletmede yetki ve sorumluklar açık bir şekilde belirlenmiştir.	0,748				0,636
S11.İşletmede kontrol işlevi genelde üst yönetim tarafından yerine getirilir.	0,643				0,555
S12.İşletme profesyonel bir yönetici tarafından yönetilmektedir.	0,645				0,691
S14.Çalışanlar yeterli iş bilgisine sahiptir.	0,555				0,590
S46.İşletme çalışma şartları, yer, aydınlatma, ısıtma vb. yönlerden yeterlidir.	0,624				0,547
<b>Faktör 3: Finansal ve Pazarlama Sorunları</b>		2,122	6,631	0,853	
S32.Teminat ve yüksek faiz nedeniyle kredi temininde güçlük çekilmektedir.	0,716				0,586
S33.Turizme yönelik teşviklerden yararlanılamamaktadır.	0,542				0,583
S34.Satın alma, istihdam, stok, tanıtım gibi giderlere ayrılan bütçe dar kapsamlıdır ve uzun vadeli planların risk oranı yüksektir.	0,698				0,590
S35.İşletmede hammadde ve işçilik maliyetleri yüksektir (enerji maliyetleri, yüksek faizler ve döviz riski vs.)	0,664				0,522

S36.İşletme, ürün ve hizmetlerini pazarlama sorunu yaşamaktadır.	0,653				0,590
<b>Faktör 4: Personel Seçimi</b>		1,873	5,854	0,762	
S24.Personel seçiminde kişinin turizm eğitimi almış olması önemlidir.	0,722				0,653
S25.Personel seçiminde kişinin sektördeki iş deneyimi önemlidir.	0,778				0,667
S26.Personel seçiminde kişinin yabancı dil bilgisi önemlidir.	0,767				0,758
S27.Personel seçiminde kişinin uzun vadeli çalışmaya istekli önemlidir.	0,698				0,580
<b>Faktör 5: İnternet Kullanımı</b>		1,623	5,072	0,882	
S41.İşletme müşteri ilişkileri yönetiminde internette etkin bir şekilde yararlanır.	0,722				0,668
S48.Otel rezervasyonu ve tanıtım için web sitesi bulunmaktadır.	0,715				0,624
<b>Faktör 6: Bürokratik yapı</b>		1,565	1,565	0,827	
S3.İşletme değişen koşullara uyum konusunda esnek bir yapıya sahip değildir.	0,743				0,590
S6.İşletmede iş bölümü ve uzmanlaşma yetersizdir.	0,770				0,642
<b>Faktör7: Personel Tedariki ve Ücret Sorunu</b>		1,371	4,285	0,881	
S15.Personel tedariki konusunda herhangi bir sorunla karşılaşmamaktadır.	0,803				0,722
S16.Çalışanlar hak ettiği ücreti alabilmektedir.	0,686				0,658
<b>Faktör8: Pazar Araştırması ve Tutundurma Sorunları</b>		1,228	3,838	0,736	
S37.İşletme halkla ilişkiler ve reklamdan en optimal biçimde yararlanmaktadır.	0,709				0,657
S38.İşletme, periyodik olarak ürün ve hizmetlerine yönelik talep ve pazar araştırması yapmaktadır.	0,766				0,699
Açıklanan Toplam Varyans (%)			62,270		

**Not:** Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi kullanılmıştır. İfadeler 8 kez rotasyona tabi tutulmuştur.

**İşgücü Devri (Faktör 1):** Bu faktör toplam varyansın %18,159'unu açıklamaktadır ve altı ifadeyi kapsamaktadır. İşgücü devir oranı birçok sektöre nazaran hizmet sektöründe çok daha fazladır. İşgücü devri, bir kuruluştaki herhangi bir nedenle işten ayrılan veya kuruluştan uzaklaştırılan personelin, toplam personel sayısına oranıdır. Düşük ücret, çalışma saatleri, çalışma ortamından kaynaklanan nedenlerden dolayı konaklama işletmelerinde işgücü devri sıkça yaşanan bir olaydır. Yine ekonomik durumun kötüye gittiği dönemlerde ilk başvurulan yol işgörenlerin işten çıkarılmasıdır. Bu kapsamda birinci faktör, içerdiği ifadeler bakımından “işgücü devri” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör; işletmede çok sık

personel değişmesi, uzun vadede nitelikli personeli işletmede tutmada güçlük çekilmesi, düşük ücret nedeniyle yetişen personelin büyük işletmelere transfer olması, çalışma ortamından kaynaklanan sorunlardan dolayı personelin işten ayrılması, aşırı iş yükünden dolayı personelin işten ayrılması, iş tanımlarının yapılmaması nedeniyle personel işi etkin ve verimli yapamaması ifadelerinden oluşmaktadır. Faktör yükleri bakımından “Çalışma ortamından kaynaklanan sorunlardan dolayı personel işten ayrılmaktadır” ifadesi en büyük faktör yüküne sahiptir (0, 832). Tüm değişkenlerin faktör yükleri 0, 50'nin üzerindedir.

**Kurumsallaşma** (Faktör 2): Yönetim süreci içerisinde yer alan tüm tarafların konsensusu üzerinde temellenmiş kuralların, yine bu tarafların sürece etkin katılımıyla uygulanabilir olması anlamına gelmektedir. Bu faktör toplam varyansın %13,540'ını açıklamaktadır ve yedi ifadeyi ihtiva etmektedir. Bu faktörü oluşturan ifadeler; işletmede yetki devri mekanizmasının etkin bir şekilde işlemesi, işletmede yetki ve sorumlulukların açık bir şekilde belirlenmesi, işletmede kontrol işlevinin genelde üst yönetim tarafından yerine getirilmesi, işletmenin profesyonel bir yönetici tarafından yönetilmesi, çalışanların yeterli iş bilgisine sahip olması, işletme çalışma şartlarının (yer, aydınlatma, ısıtma vb.) yeterli olmasıdır. Dolayısıyla ikinci faktör içerdiği değişkenler bakımından “*kurumsallaşma*” olarak adlandırılmıştır. Faktör yükleri bakımından “ İşletmede yetki ve sorumluluklar açık bir şekilde belirlenmiştir” ifadesi en büyük değere (0,743) sahiptir.

**Finansal ve Pazarlama Sorunları** (Faktör 3): Küçük otel işletmelerinin ölçek bakımından küçük olmasından kaynaklanan birtakım finansal ve pazarlama sorunları mevcuttur. Özkaynak yetersizliği, kredi uygulamalarındaki yüksek faizler, sınırlı pazar ve bu konuda uzman kişi yetersizliği bu tür işletmelerde finansal ve pazarlama sorunlarını oluşturmaktadır. Dolayısıyla üçüncü faktör içerdiği değişkenler bakımından “finansal ve pazarlama sorunları” olarak adlandırılmıştır. Bu faktörü oluşturan ifadeler; teminat ve yüksek faiz nedeniyle kredi temininde güçlük çekilmesi, turizme yönelik teşviklerden yararlanılamaması, giderlere ayrılan bütçenin (satın alma, istihdam, stok, tanıtım gibi) dar kapsamlı olması, uzun vadeli planların risk oranının yüksek olması, işletmede hammadde ve işçilik maliyetlerinin yüksek olması (enerji maliyetleri, yüksek faizler ve döviz riski vs.), işletmenin ürün ve hizmetleri açısından pazarlama sorunu yaşamasıdır. Faktör yükleri

bakımından “Teminat ve yüksek faiz nedeniyle kredi temininde güçlük çekilmektedir” değişkeni en büyük değere sahiptir (0,716). Bu faktör toplam varyansın %6,631’ini açıklamaktadır.

**Personel Seçimi** (Faktör 4): Faktörü meydana getiren ifadeler, personel seçiminde önem verilen kriterleri kapsamaktadır. Bu yüzden dördüncü faktör, içerdiği ifadeler bakımından “*personel seçimi*” olarak adlandırılmıştır. Bu faktörü oluşturan ifadeler; personel seçiminde kişinin turizm eğitimi almış olması, personel seçiminde kişinin sektördeki iş deneyimi, personel seçiminde kişinin yabancı dil bilgisi, personel seçiminde kişinin uzun vadeli çalışmaya istekli olmasını kapsar. Faktör yükleri bakımından “Personel seçiminde kişinin sektördeki iş deneyimi önemlidir” ifadesi en büyük değere sahiptir (0, 778). Bu faktör toplam varyansın %5,854’ünü açıklamaktadır.

**İnternet Kullanımı** (Faktör 5): İnternet kullanımı konaklama işletmelerinde çok fazla önem arz etmektedir. İnternet kullanımı konaklama işletmelerinde üretilen mal ve hizmetlerin potansiyel tüketicilere tanıtılması ve pazarlanmasında önemli bir araç konumuna gelmiştir. İçerdiği ifadeler bakımından bu faktör “*İnternet kullanımı*” olarak adlandırılmıştır. Bu faktörü oluşturan ifadeler; işletmenin müşteri ilişkileri yönetiminde internetten etkin bir şekilde yararlanması, otel rezervasyonu ve tanıtım için web sitesine sahip olmasıdır. Faktör yükleri bakımından “İşletme müşteri ilişkileri yönetiminde internetten etkin bir şekilde yararlanır” ifadesi en büyük değere sahip (0, 722) olup, toplam varyansın %5, 072’sini açıklamaktadır.

**Bürokratik yapı** (Faktör 6): İşgörenler arasında bölümleşme, bölümler arası hiyerarşi, performansı idare eden kurallar, işgörenlerin teknik niteliklerine göre seçilmesi ve işin kariyer gerektiren bir unsur olarak görülmesi bürokratik örgütü oluşturan boyutlardır. Bu bağlamda içerdiği ifadeler bakımından bu faktör “*bürokratik yapı*” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör kapsamında işletmenin değişen koşullara uyum konusunda esnek bir yapıya sahip olmaması, işletmede iş bölümü ve uzmanlaşmanın yetersiz olmaması yer almaktadır. Faktör yükleri bakımından “ İşletmede iş bölümü ve uzmanlaşma yetersizdir” ifadesi en büyük değere sahiptir (0,770). Bu faktör toplam varyansın % 4, 890’nını açıklamaktadır.

**Personel Tedariki ve Ücret Sorunu** (Faktör 7): Personel tedariki işletmede nitelik ve iş tecrübelerine göre belirli işlerde çalışacak olası kişilerin aranması ve bu kişilerin işletmeye gelmelerinin teşvik edilmesine yönelik işlemler bütünüdür. Bu faktör ihtiva ettiği ifadeler dikkate alınarak “*personel tedariki ve ücret sorunu*” olarak adlandırılmıştır. Bu faktörü oluşturan ifadeler; personel tedariki konusunda herhangi bir sorunla karşılaşılması, çalışanların hak ettiği ücreti alabilmesidir. Faktör yükleri bakımından “Personel tedariki konusunda herhangi bir sorunla karşılaşılmamaktadır” ifadesi en büyük değere sahiptir (0,803). Bu faktör toplam varyansın %4,285’ini açıklayabilmektedir.

**Pazar Araştırması ve Tutundurma Sorunları** (Faktör 8): Bu faktörü meydana getiren ifadeler; halkla ilişkiler, reklamdan, talep ve pazar araştırması ile ilgili olduğundan “*pazar araştırması ve tutundurma sorunları*” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör; işletmenin halkla ilişkiler ve reklamdan en optimal biçimde yararlanması, işletmenin periyodik olarak ürün ve hizmetlerine yönelik talep ve pazar araştırması yapmasını kapsar. Bu faktör kapsamında faktör yükleri bakımından “İşletme, periyodik olarak ürün ve hizmetlerine yönelik talep ve pazar araştırması yapmaktadır” ifadesi en büyük değere sahiptir (0,766). Bu faktör toplam varyansın %3,838’ini açıklamaktadır.

### **3.3.5. Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otel İşletme Sorunlarının Performans Üzerindeki Etkileri**

Açıklayıcı faktör analizi sonucu tespit edilen küçük otel işletmelerinin sorunları (veya sorun alanları) ile bu otellerin performansı arasındaki ilişkileri analiz etmek için Pearson Korelasyon analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizine ilişkin araştırma bulguları Tablo 12’de verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre işgücü devri ( $r = -0,314$ ;  $p < 0,01$ ), finansal ve pazarlama sorunları ( $r = -0,325$ ;  $p < 0,01$ ) ve bürokratik yapı ( $r = -0,174$ ;  $P < 0,05$ ) ile küçük otel performansı (veya işletme performansı) arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani, küçük otellerde işletme performansını olumsuz yönde etkileyen en önemli faktörün finansal ve pazarlama sorunları olduğu gözlenmektedir. Buna karşın, analiz sonuçları incelendiğinde kurumsallaşma ( $r = 0,400$ ;  $p < 0,01$ ), personel seçimi ( $r = 0,371$ ;  $p < 0,01$ ), internet kullanımı ( $r = 0,445$ ;  $p < 0,01$ ), pazar araştırması ve tutundurma ( $r = 0,297$ ;  $p < 0,01$ ) ile küçük otel performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu gözlenmiştir. Bu

alanlardaki sorunların bizzat bu işletmeler tarafından kısmen de olsa çözüldüğü söylenebilir. Öte yandan personel tedariki ve ücret sorunu ile otel performansı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ( $r= 0,106$ ;  $p>0.05$ ).

**Tablo 12 : Değişkenlere İlişkin Korelasyonlar, Aritmetik Ortalamalar ve Standart Sapmalar ve Cronbach's Alpha Değerleri**

Değişkenler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.İşgücü Devri	3,03	1,18	(0.91)								
2.Kurumsallaşma	3,82	0,73	-,370(**)	(0.85)							
3.Finansal ve Pazarlama Sorunları	2,88	1,07	,173(*)	-,093	(0.85)						
4.Personel Seçimi	4,21	0,71	-,180(**)	,356(**)	-,041	(0.76)					
5.Internet Kullanımı	4,31	0,79	-,301(**)	,354(**)	-,062	,274(**)	(0.88)				
6.Bürokratik Yapı	2,55	1,03	,318(**)	-,185(**)	,165(*)	-,162(*)	-,167(*)	(0.82)			
7.Personel Tedariki ve Ücret Sorunu	3,31	1,10	-,215(**)	,269(**)	,006	,105	,078	-,092	(0.88)		
8.Pazar Araştırması ve Tutundurma	3,37	0,97	-,220(**)	,350(**)	-,110	,143(*)	,262(**)	-,190(**)	,302(**)	(0.73)	
9.Performans	3,66	0,70	-,314(**)	,400(**)	-,325(**)	,371(**)	,445(**)	-,174(*)	,106	,294(**)	(0.88)

\* Korelasyon,  $p < .05$  seviyesinde anlamlı (Çift yönlü)

\*\* Korelasyon,  $p < .01$  seviyesinde anlamlı (Çift yönlü)



Ayrıca küçük otel işletmelerinin yöneticileri açısından otel işletmelerinin temel sorunlarının otel performansı üzerindeki etkisini analiz etmek için basit regresyon analizi uygulanmıştır. Bu çalışma açısından Tablo 13 regresyon analizi sonuçlarını sunmaktadır. Çoklu bağıntı sorununu incelemek için her bir regresyon denklemi açısından Varyans Büyütme Faktörü (Variance Inflation Factors-VIFs) değerleri hesaplanmıştır. Modeldeki maksimum VIF değeri 1.46'dır. Bu en üst sınır olarak kabul edilen 10'un çok aşağısındadır (Şimşek vd., 2009). En düşük tolerans değeri 0.681 olup, en alt sınır değer olan 0.10'dan çok daha yüksektir (Hair et al. 2006). Yine Durbin-Watson katsayısı 2 civarındadır. Bu nedenle basit regresyon modelinde çoklu bağıntı sorunu bulunmamaktadır.

Tablo 13'te görüldüğü gibi açıklayıcı faktör analizi sonucu tespit edilen 8 faktörün (işgücü devri, finansal ve pazarlama sorunları, bürokratik yapı, kurumsallaşma, personel seçimi, İnternet kullanımı, personel tedariki ve pazar araştırması ve tutundurma) bağımsız değişken ve otel performansının (işletme performansının) bağımlı değişken olarak kabul edildiği araştırma modeli istatistiksel açıdan anlamlıdır ( $R^2=0.394$ ;  $F_{(8-208)} = 16,584$ ;  $p<0.01$ ). Modele göre bağımsız değişkenler, bağımlı değişkendeki varyansın %39.4'ünü açıklamaktadır. Modelde özellikle finansal ve pazarlama sorunlarının küçük otel performansı üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu gözlenmiştir ( $\beta=-0,265$ ;  $p< 0.01$ ). Ancak kurumsallaşma ( $\beta= 0,149$ ;  $p< 0.05$ ), personel seçimi ( $\beta=0,210$ ;  $p< 0.01$ ) ve İnternet kullanımının ( $\beta= 0,272$ ;  $p< 0.01$ ) performans üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu bulgulardan anlaşılmaktadır. Bu faktörlerin küçük oteller açısından bir sorun teşkil etmediği ifade edilebilir. Ancak özellikle finansal ve pazarlama sorunlarının küçük otellerin performansını olumsuz yönde etkileyen en önemli belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Bu KOBİ'lerle ilgili diğer araştırmalar incelendiğinde beklenen bir durumdur.

**Tablo 13 : Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otel İşletmelerinin Sorunlarının İşletme Performansı Üzerindeki Etkilerine****İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları**

Model (Bağımsız Değişkenler)	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize edilmiş	t değeri	Anlam Düzeyi	Collinearity Statistics (İç İlişki İstatistikleri)	
	$\beta$	Standart Hata	Beta			Tolerans Değeri	VIF değeri
Sabit	1,602	,406		3,942	,000		
<b>İşgücü Devri</b>	-,049	,037	-,083	-1,313	,191	,751	1,332
<b>Kurumsallaşma</b>	,143	,064	,149	2,250**	,025	,681	1,469
<b>Finansal ve Pazarlama Sorunları</b>	-,174	,037	-,265	-4,722*	,000	,947	1,056
<b>Personel Seçimi</b>	,208	,059	,210	3,534*	,001	,842	1,187
<b>İnternet Kullanımı</b>	,241	,054	,272	4,454*	,000	,797	1,255
<b>Bürokratik Yapı</b>	,016	,040	,023	,390	,697	,861	1,161
<b>Personel Tedariki ve Ücret Sorunu</b>	-,013	,038	-,020	-,334	,739	,858	1,166
<b>Pazar Araştırması ve Tutundurma Sorunları</b>	,073	,044	,102	1,666	,097	,790	1,265
R				0,628			
R <sup>2</sup>				0,394			
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>				0,370			
Tahmini standart hata				0,5600			
F				16,584			
Anlam düzeyi				0,000			
Durbin-Watson				2,010			

Bağımlı Değişken: Performans

\*p&lt; 0.01.

\*\*p&lt; 0.05.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyada ve Türkiye’de değişen turizm eğilimleri, turist taleplerindeki farklılaşma ve ağırlaşan rekabet koşulları turizm işletmelerini faaliyetlerine devam edebilmeleri için fark yaratmaya zorlamıştır. Seyahat edenlerin değişen ihtiyaçları ve istekleri, konaklama işletmelerini de farklı ürün arayışına yönlendirmiş ve bunun sonucu farklı tür ve nitelikte, birbirine benzemeyen çeşitli konaklama işletmeleri oluşmaya başlamıştır. Çünkü artık insanlar, konaklamanın dışında farklı beklentiler arayışına girmiştir. Artık dünyada pek çok farklı tür ve özellikteki konaklama işletmelerine rastlamak mümkündür.

Yeni bir tür olan butik otel işletmeleri bu noktada devreye girerek kişiye özel ve kaliteli hizmet sunumu ile turizme fark katmaya başlamıştır. Butik oteller, genelde küçük yapıya sahip olmalarına karşın kişiye özel hizmet ve kaliteyi tercih eden misafirleri için beş yıldızlı otel standartlarının üzerinde konforu sağlayabilen ve farklı hedef kitlelerine hitap eden, yine sunduğu hizmet kalitesi açısından küçük otellerden ayrılan bir otelcilik anlayışıdır. Bu tip işletmelerde gelen konuklara müşteri gibi değil, ev sahibi, bir evin üyesi gibi davranılmaktadır. Büyük işletmelerde kendinin kaybolduğunu düşünen, otel tarafından kendisinin daha fazla fark edilmesini ve ilgilenilmesini bekleyen müşterilerin tercihi dolayısıyla butik otellerden yana olmaktadır. Bu tür otellerde konaklayanlar kendilerini evlerinde hissederek daha rahat bir tatil geçirmektedir.

Butik otel kavramı, Türkiye’de henüz yeni bir kavram olsa da dünyada uzun yıllardır var olan otelcilik anlayışıdır. Değişen seyahat eğilimleriyle beraber butik otellere olan yatırımlar artmaya başlamıştır. Türkiye’de ise 2005 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yeniden düzenlenen “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik” çerçevesinde butik otel kavramı tanımlanmış ve butik otel işletme belgesi alabilmek ve butik olarak tanımlanabilmek için belirlenen ölçütler belirtmiştir.

Dünya’da çok özel standartlara sahip otel işletmeleri için kullanılan butik otel kavramının ülkemizde henüz kısa bir geçmişe sahip olması nedeniyle bu kavram tam olarak oturmamış, benzer nitelikteki diğer küçük ölçekli konaklama işletmelerinin de aynı kategoride değerlendirilmesine neden olmuştur.

Butik otel işletmelerinin ülkemizde kısa bir geçmişe sahip olması nedeni ile bu alanda saha araştırması henüz yapılmamıştır. Bu nedenle bu çalışmada İstanbul Sultanahmet destinasyonundaki butik otel konseptiyle hizmet veren işletmelerin sorunlarının belirlenmesi ve bu sorunların performans üzerindeki etkileri belirlenmeye çalışılmıştır.

Açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, butik anlayışıyla hizmet sunan küçük otellerin temel sorun alanları *işgücü devri, kurumsallaşma, finansal ve pazarlama sorunları, personel seçimi, internet kullanımı, bürokratik yapı, personel tedariki ve ücret sorunu, pazar araştırması ve tutundurma sorunları* olarak belirlenmiştir.

Korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde işgücü devri, finansal ve pazarlama sorunları ve bürokratik yapı ile küçük otellerin performansı arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın, kurumsallaşma, personel seçimi, internet kullanımı, pazar araştırması ve tutundurma ile butik otel performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu gözlenmiştir.

Regresyon analizi sonuçları, finansal ve pazarlama sorunlarının küçük otellerin performansı üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Fakat kurumsallaşma, personel seçimi ve internet kullanımının performansı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Yani söz konusu faktörlerin araştırmaya konu olan örneklem kapsamındaki küçük otellerin ivedilikle çözümlenmesi gereken sorunları olmadığı ifade edilebilir. Ancak özellikle bu tür otellerin performansını olumsuz yönde etkileyen en önemli belirleyici faktörün finansal ve pazarlama sorunları olduğu söylenebilir.

Yapılan çalışma sonucu işletmelerin tamamına yakının, sahiplerince yönetildiği ve bu durumun, özellikle yönetim ve organizasyon konularında bilgi ve beceri eksikliklerinden kaynaklanan sıkıntıları ortaya çıkardığı gözlemlenmiştir.

Butik otel adı altında lansmanı yapılan işletmelerin daha çok Belediye Belgeli işletme statüsünde ve 100 odanın altında odaya sahip oldukları görülmüştür. Bakanlıktan belge alınmasının, meşakkatli ve masraflı olarak görülmesi ve birçok işletmenin bu belgeyi alabilmek için gerekli asgari standartları dahi tutturabilecek yapı ve donanımına sahip

olmaması nedeniyle çoğu işletme belediye belgeli işletme statüsündedir. Diğer işletmelerinde Özel Konaklama Tesisi belgesine sahip oldukları görülmektedir.

Butik anlayışıyla hizmet sunan küçük otellerin çoğunun konaklamanın yanı sıra yiyecek-içecek, kiralık kasa, döviz bozma, yüzme havuzu, internet erişimi gibi hizmetler sunmaya çalışarak, toplam gelirlerini arttırmayı hedefledikleri, ancak bu hizmetlerin nitelik ve nicelik olarak istenilen seviyede ve kalitede olmadıkları görülmüştür.

Sultanahmet destinasyonunun Sit alanı içerisinde yer alması bölgedeki otel işletmelerinde imar sorununu da ortaya çıkarmaktadır.

Araştırma bulgularına ve sonuçlarına dayalı olarak, araştırma sahasını oluşturan işletmelerin sorunlarına ve içinde buldukları duruma yardımcı olabilecek bazı öneriler geliştirilebilir:

- İşletme sahiplerine ve yöneticilerine, yönetim ve organizasyon konularında eğitimler verilmeli ve katılımlar özendirilmelidir. Böylece birçok problemin temelinde yatan, yönetim ve organizasyon bilgi ve becerisi eksikliği, bu tür işletmelerde ortadan kaldırılmış olunacaktır.
- İşletmelerin finansal yapılarına katkıda bulunmak amacıyla devletin ve özel sektörün birlikte yürüteceği çalışmalar ile desteklemelidir.
- Turizm sektörünün ve sektörü oluşturan alt birimlerin en kısa sürede örgütlü yapıya kavuşturulmaları gerekmektedir. Bu çerçevede küçük ölçekli turizm ve konaklama işletmeleri ayrıca değerlendirilmeli ve desteklenmelidir.
- Sektöre yönelik yasal düzenlemeler geciktirilmeden yerine getirilmeli ve bu düzenlemelerin hazırlık aşamasında tüm tarafların katılımı sağlanmalı ve istekleri koşullar çerçevesinde göz önünde bulundurularak yerine getirilmelidir.
- Sektörün üzerindeki vergi yükü hafifletilmeli, bu konuda uluslararası alanda yapılan uygulamalar dikkate alınmalıdır. Ayrıca, küçük ölçekli konaklama işletmelerine yönelik vergi kolaylıkları ve teşviklerinin getirilmesine yönelik düzenlemelere yer verilmelidir.

- Bu tür işletmelerin fiziksel altyapı ve üstyapı koşullarının iyileştirilmesi için mali desteklerin yanı sıra modernize çalışmaları için plan ve projeler üretilmelidir.
- Çalışan personelin eğitimine önem verilmeli ve eğitilmiş personellerin istihdamını sağlayacak yasal düzenlemeler yapılmalıdır.
- İşletmelerde istihdamın artırılmasına ve kayıt dışı çalışmanın önlenmesine yönelik teşvikler ve tedbirler alınmalıdır. Sosyal güvenlik kesintileri, ücretler ve vergiler bu konuda bir araç olarak kullanılmalı, işverenin yükü hafifletilmelidir.
- İşletmeler arasında işbirliği ve dayanışmanın sağlanması, rekabetin ve rekabet koşullarının yapıcı olarak yürütülmesi için, ulusal ve yerel ölçekte programlar gerçekleştirilmeli ve uygulanmalıdır.
- Yerel yönetimler ve küçük ölçekli oteller arasında işbirliği ve uyumun artırılması için gerekli özenin ve çabanın gösterilmesi gerekmektedir.
- İşletmelerin bilgi teknolojilerinden yararlanmaları ve etkin kullanımlarını artırmak amacıyla; gerekli altyapı çalışmaları, teknik bilgi, araç gereç ve uzman personel desteği gibi konularda yardımcı olunmalıdır.
- Hizmetlerin çeşitliliğinin ve kalitesinin artırılması, müşterilerin beklentileri ve şikâyetlerinin dikkate alınarak hızla çözüme kavuşturulması gerekmektedir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlarla Türkiye’de belli standartlarının henüz oluşmadığı anlaşılmıştır. İşletme içerisinde her türlü imkânın sunulduğu çok lüks işletmeler de, fazla özelliği olmayan az odalı, sadece farklı bir dekorasyona sahip işletmeler de “butik” adı altında pazarlanmıştır. Bu durumun en kısa sürede düzeltilmesi turizm endüstrisinin yararına olacaktır. Tüketici eğilimlerinin sürekli değişim göstermesi, beklentilerin artması işletmelerin kendilerini hızlı şekilde yenilemelerini zorunlu kılmaktadır. Küçük konaklama işletmeleri de bu duruma uyum sağlamalıdır ki daha kaliteli ve yüksek gelirli rahat para harcayabilen turisti ülkeye çekebilsin, döviz girişi sağlayarak ülke ekonomisinin kalkınmasına katkıda bulunabilsin.

Sonuç olarak butik tarzda hizmet veren oteller belli standartlar oluşturulduğu takdirde Türk turizm endüstrisine katkıları çok yüksek olacaktır. Bu tip yatırımlar çoğaltılmalıdır.

Her sosyal araştırma gibi bu araştırmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Bu kısıtlardan birincisi araştırma küçük bir örneğe dayandığından sonuçlarını bütün butik anlayışıyla hizmet sunan küçük otel işletmeleri için genellemek doğru olmayabilir. İkincisi araştırmaya katılan işletme sahipleri, otellerinin pozitif yönlerini öne çıkarmış olabilir. Bu nedenle verilerin dikkatli yorumlanması gerekmektedir. Üçüncüsü butik anlayışıyla hizmet sunan küçük otel işletmelerinde yaşanan sorunları tespit etmeye yönelik ölçek bizzat araştırmacı tarafından geliştirilen yeni bir ölçektir. Araştırmada kullanılan bu ölçeğini güvenilirliği farklı endüstri ve ortamlarda henüz kanıtlanmamıştır. Bu nedenle her yeni ölçek gibi güvenilirliği test etmeye yönelik daha fazla çalışmaya gereksinim duyulmaktadır.

Bu çalışma butik anlayışıyla hizmet sunan küçük otel işletmelerinin sorunlarını belirlemeye çalışmakta ve belirlenen sorunların performans üzerindeki etkilerini incelemektedir.

Gelecekte yapılacak araştırmalar için “küçük otel işletmelerinde yerel değerlerin müşteri ilişkileri üzerindeki etkileri” inceleme konusu yapılabilir. Yine “turizmde kümeleme yaklaşımının küçük otel işletmelerinin rekabet gücü üzerindeki etkileri” bu alanda araştırma yapacak akademisyenlere önerilebilir.

## KAYNAKÇA

- AGETT, Mandy (2007), “What Has Influenced Growth in the UK’s boutique hotel Sector?” *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 19, No.2,s.169-177.
- AKAT, Ömer (1997), *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*, Ekin Kitabevi, Bursa.
- AKALIN, L., Gökmen (2006), “Turizmin Gizli Devleri: Butik Oteller”, *Kobi Girişimcilik*, Yıl 16, Ocak 2006, s.29.
- ALBAZZAZ, A., B. Birnbaum, D. Branchfeld, D. Danilov, O. Kets de Vries, J. Moed (2003), “Lifestlyles of the Rich and Almost Famous: The Boutique Hotel Phenomenon in the United States”, *High Tech Entrepreneurship and Strategy Group Project*, Insead Business School, Fontainebleau.
- ALTUNIŞIK, R., R., Coşkun, S., Bayraktaroğlu, E., Yıldırım (2005), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Sakarya Kitabevi, İstanbul.
- ANHAR, Lucienne (2001), “The Definition of Boutique Hotels”, <http://www.hospitalitynet.org/news/4010409.search?query=lucienne+anhar+boutiquehotel>
- BARUTÇUGİL, İ. Sabit (1984), *Turizm İşletmeciliği*, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa.
- BATURÇUGİL, İ.Sabit (1989), *Turizm İşletmeciliği*, Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul.
- BATMAN, Orhan (2008a), *Otel İşletmelerinin Yönetimi*, Değişim Yayınları, İstanbul.
- BATMAN, Orhan (2008b), “Turizm Hukuku” *Ders Notları*, Sakarya.



BATMAN, O. ve Ö.L.MET (2006), “Konaklama İşletmelerine Genel Bakış”, Editör: ZENGİN, Burhanettin, *Konaklama İşletmelerinde Önbüro Yönetimi ve Önbüro Otomasyon*

*Sistemleri*, Değişim Yayınları, s. 1-31.

BATMAN, O. ve H.H.SOYBALI (2009), “Otel İşletmeleri”, Editörler: DEMİRKOL, Şehnaz ve B. Zengin, *Turizm İşletmeleri*, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 2.Baskı, Değişim Yayınları, İstanbul, s. 93-128.

BARDAKOĞLU, Övünç (2006), *Küçük ve Orta Ölçekli Konaklama İşletmelerinde Ürün*

*Pazarlaması ve Hedef Müşteri Belirleme Stratejileri: Butik Oteller Üzerine bir*

*Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi.

CARIBBEAN TOURISM ORGANISATION (2002), *Hotel Classification System*, [http://www.onecaribbean.org/content/files/hotelclassification\(1\).pdf](http://www.onecaribbean.org/content/files/hotelclassification(1).pdf)

CATERER SEARCH (2005), *Market Snapshots: Boutique Hotels*, <http://www.caterersearch.com/Articles/2005/06/03/300719/Market-snapshot-Boutique-hotels.htm>

TEO, C.C.J., Chia, G.H., Khoo, H.P.M. (1998), “*Size Really Does Matter (When You’re*

*Small):The Critical Success Factors behind Boutique Hotels in Singapore*,

<http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/1998/101.pdf>, 30.04.2010

CSER, Katalin ve Azuma Ohouchi (2008), “World Practices of Hotel Classification

Systems”, *Asia Pasific Journal of Tourism Research*, Vol.13, No. 4, s. 379-398

ÇETİNER, Ertuğrul (1995), *Konaklama İşletmelerinde Yönetim Muhasebesi*, Detay

Yayıncılık, Ankara.

- DEMİR, Özcan (2009), “Kobi’lerin Fonksiyonel Açından Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, Editörler: TİKİCİ, M., ve A., Aksoy, *Girişimcilik ve Küçük İşletmeler*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara
- DENİZER, D., N., Tetik, M., Akoğlan, M., Yeşiltaş, M., Kozak (1998), *Otel İşletmeciliği*, Editör: KOZAK, N., Turhan Kitabevi, Ankara.
- DÖM, Serpil (2008), *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*, Detay Yayıncılık, Ankara
- DUYAR, Deniz (2007), *Özel Belgeli ve Özel Nitelikli Otellerde Müşteri Memnuniyeti ve Kalite Yönetimi Örnek Alan Çalışması: Dersaadet Otel İstanbul*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi.
- ERDEMİR, K. Orhan (2007), “Butik Otellerde Yönetim Sorunları”,  
[http://www.turizmdebusabah.com/haber\\_detay~haberNo~35372~f~butik\\_otellerde\\_y%C3%B6netim\\_sorunlar%C4%B1.htm](http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay~haberNo~35372~f~butik_otellerde_y%C3%B6netim_sorunlar%C4%B1.htm), 07.12.2009
- EUROPEAN TRAVEL COMMISSION, *World Travel Trends: Forecast&Forum WTM 2003 World Report*,  
<http://www.etc-corporate.org//DWL/WTMGLOBALTravelReport2003.pdf>, 11.03.2010
- FENNELL, David A., ve Kevin Ebert (2004), “Tourism and the Precautionary Principle”,  
*Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 12, No. 6., s.461-479.
- FAWCETT, Stanley E. ve Steven R. Clinton (1996), “Enhancing Logistics Performance to Improve the Competitiveness of Manufacturing Organizations,” *Production and Inventory Management Journal*, 37(1): s.40-46.

- FORSGREN, Sofie ve Carla Franchetti (2004), *The Marketing Role of Unique Concepts for Hotels in Sweeden*, Yüksek Lisans Tezi, Graduate Business School, School of Economics and Commercial Law, Göteborg Üniversitesi
- FREUND DE KLUMBIS, Daniela (2004), *Seeking the Ultimate Hotel Experience*, <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/hosteleria/seeking%20the%20ultimate%20hotel%20experience.pdf>, 04.05.2010
- GÖKDENİZ, Ayhan (1999), *Otel İşletmelerinde Önbüro Yönetimi*, Turhan Kitabevi, Ankara.
- GRAY, William S., ve Salvatore C. Liguori (2001), *Hotel and Motel Management and Operations*, Upper Saddle River, New Jersey
- GÜMÜŞ, Umut T., (2005), *Konaklama İşletmelerinde Maliyet Kontrol Süreci ve Oda Menü Maliyetlerinin Belirlenmesi: Denizli'deki Küçük Ölçekli Bir Konaklama İşletmesinde Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi
- HALİS, Muhsin (2009), “Temel İşletmecilik Kavramları ve Turizm”, Editörler: DEMİRKOL, Ş., ve B. Zengin, *Turizm İşletmeleri*, Değişim Yayınları, Ankara.
- HAIR, Joseph F., Bill Black, Barry Babin, Rolph E. Anderson, Ronald L. Tahtam. (2006), *Multivariate Data Analysis*, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- HOTEL INDUSTRY LEARNHUB (2009), *Careers in Hospitality; Classification of Hotels*, <http://www.historicalhotelsofturkey.org/memberlist.htm>.

HORNER, Susan ve John Swarbrooke (2005), *Leisure Marketing A Global Perspective*,  
Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington.

<http://answers.yahoo.com/question/index?qid=20061007141756AAbI8RU>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism>

[http://en.wikipedia.org/wiki/Boutique\\_hotel](http://en.wikipedia.org/wiki/Boutique_hotel)

[www.eminonu.bel.tr/rehber\\_detay.php?haber\\_id=67](http://www.eminonu.bel.tr/rehber_detay.php?haber_id=67)

[http://www.ianschragercompany.com/ian\\_schrager.html](http://www.ianschragercompany.com/ian_schrager.html)

<http://www.istanbul.gov.tr/Default.aspx?pid=293>

<http://hotel-industry.learnhub.com/lesson/8842-classification-of-hotels>

[http://www.lezzet.com.tr/ayin\\_mekani/01407/](http://www.lezzet.com.tr/ayin_mekani/01407/)

[http://www.trakyaforum.com/forum/index.php?topic=13072.0;prev\\_next=next](http://www.trakyaforum.com/forum/index.php?topic=13072.0;prev_next=next)

<http://www.tumgazeteler.com/?a=5500510>

INTERNATIONAL HOTEL&RESTAURANT ORGANISATION (2004), *The Joint  
WTO&IH&RA Study On Hotel Cclassification*,

[http://www.ih-ra.com/marketplace/WTO\\_IHRA\\_Hotel\\_classification\\_study.pdf](http://www.ih-ra.com/marketplace/WTO_IHRA_Hotel_classification_study.pdf)

İRİZ, Rıfat (2005), *Girişimcilik ve Kobi'ler*, Çizgi Kitabevi, Konya

İSTANBUL İL VE KÜLTÜR TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ (2010), *Turizm İşletme Belgeli  
Konaklama Tesisleri (Butik Oteller)*

KANTARCI, Kemal (2009), *Konaklama İşletmelerinde Önbüro İşlemleri ve Yönetimi*,  
Detay Yayıncılık, Ankara.

KAYA, Ali (2007), *Girişimcilik ve Kobi Yönetimi*, Eğitim Kitabevi Yayınları, Ankara

- KOZAK, N., M. A. Kozak ve M. Kozak (2000), *Genel Turizm*, Turhan Kitabevi, Ankara.
- KOZAK, Nazmi (2008), *Turizm Pazarlaması*, Detay Yayıncılık, Ankara
- KOZAK, M. A., M. Azaltun, M. Sarıışık, A.C. Çakıcı, A. Sökmen ve B. C. Çetinsöz  
(2008), *Otel İşletmeciliği*, Editör: KOZAK, Nazmi, Detay Yayıncılık, Ankara
- KURTULUŞ, Kemal ve Abdullah Okumuş (2006), “Fiyat Algılamasının Boyutları  
Arasındaki İlişkilerin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi”, *Yönetim Dergisi*, Yıl  
17, Sayı: 53, s. 9
- KÜÇÜK, Orhan (2005), *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara
- KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI, 2634 Sayılı *Turizm Teşvik Kanunu*, 12.03.1982.
- KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI (2008), *Turizm İstatistikleri*
- KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI (2006), *Turizm İstatistikleri*
- LIM, M. Wai ve Mel Endean (2009), ‘Elucidating the Aesthetic and Operational  
Characteristics of UK Boutique Hotels’, *International Journal of Contemporary  
Hospitality Management*, Vol. 21, No. 1, s.38-51.
- LINGARD, C. Helen ve Steve Rowlison, “Sample Size in Factor Analysis: Why Size  
Matters”,  
<http://rec.hku.hk/steve/MSc/factoranalysisnoteforstudentresourcepage.pdf>, 02.04.2010
- MEDLİK, S. (1997), *Otel İşletmeciliği*, Çev., Dr. Ömer L. Met, Uludağ Üniversitesi  
Güçlendirme Vakfı Bil-Ar İşletmesi, Bursa.
- NAKİP, Mahir. (2003). *Pazarlama Araştırmaları: Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*,  
Ankara: Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş.

- NORUSIS, J. Marija (1993), *SPSS for Windows: Base System User's Guider, Release 6.0*,  
SPSS Inc., Chicago
- NUNNALLY, Jum C., (1978), *Pshychometric Theory*, McGraw- Hill, New Yor
- OLALI, H., M. Korzay ve H. Z. Yavuzer (1989), *Otel İşletmeciliği*, İşletme Fakültesi  
Yayınları, İstanbul.
- OLALI, Hasan ve Meral Korzay (1993), *Otel İşletmeciliği*, Beta Yayınları, İstanbul
- RESMİ GAZETE, 21 Haziran 2005a, Resmi Gazete No: 25852, Gazete Karar Sayısı:  
2005/8948.
- RESMİ GAZETE, 10 Ağustos 2005b, Resmi Gazete No: 25902 Gazete Karar Sayısı  
2005/9207
- RESMİ GAZETE, 14 Ekim 1993, Resmi Gazete No: 21278, Gazete Karar Sayısı:  
1993/21278
- RUTHERFORD, G. Denney (1995), *Hotel Management and Operations*, John  
Wiley&Sons, New York
- SEYMEN, Gül ve Melike Karagöz Gül (2004), *Çağdaş Kat Hizmetleri Yönetimi*, Detay  
Yayıncılık, Ankara
- SÖKMEN, Alptekin (2006), *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği*, Detay  
Yayıncılık, Ankara
- ŞAHİN, S. Zeki (2006), *Avrupa Birliği Sürecinde Küçük Ölçekli Konaklama İşletmelerinin  
Analizi; Sorunlarının Tespiti ve Çözüm Önerileri: Bodrum Örneği*, Mustafa Kemal  
Üniversitesi

ŞİMSEK, M. Şerif., Özgener, Şevki, Kaplan, Metin., Kaplan, Aslı., and Topuz, Gökşen (2009). "The Moderating Role of Formalization in Determining the Effects of Strategic Flexibility and Perceived Risk on Affective Organizational Commitment", *5<sup>th</sup> Int. Strategic Management Conference*, Stellenbosch, South Africa, July 2-4: sy.619- 628.

URAL, Ayhan ve İbrahim Kılıç (2005), *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi- SPSS 12.0 For Windows*, Detay Yayıncılık, Ankara

USAL, Alparslan ve Osman Avşar Kurgun (2001), *Turizm İşletmelerinde Maliyet Analizleri*, Detay Yayıncılık, Ankara

**EKLER**

**Ek 1: Kùltür Ve Turizm Bakanlığı Butik Oteller-Yüzer Tesisler(Konaklama)İçin Değerlendirme Formu**

**T.C.  
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIğI  
BUTİK OTELLER-YÜZER TESİSLER(KONAKLAMA) İÇİN  
DEğerLENDİRME FORMU**

**TESİSİN ADI** : .....

**TESİSİN ADRESİ** : .....

**TELEFON – FAKS- WEB** : .....

**MEVCUT TÜRÜ VE SINIFI** : .....

**BELGE TARİH VE NO** : .....

**BELGE SAHİBİ** : .....

**MÜDÜR** : .....

***TESİSİN BULUNDUğU MAHAL:***

Yerleşim Merkezi ..... Karayolu Üstü ..... Deniz/Göl Kenarı ..... Dağ  
Tesis .....

***ÇALIŞMA SÜRESİ*** :

Devamlı ..... Sezonluk .....

**KAPASİTE :**

**PERSONEL :**

Toplam Sayı	: .....	Mutfak	: .....
Katlar	: .....	Resepsiyon	: .....
Servis	: .....	Teknik	: .....
İdare	: .....	Güvenlik	: .....
		Diğer	: .....



**TOPLAM PUAN :**

1. BÖLÜM : .....

2. BÖLÜM : .....

**UYGULAMA ESASLARI:**

- Formun uygulanmasında, puanlar sıfırdan başlamakta olup, her kriter için azami puanlar belirtilmiştir.
- Formda yer alan mekanlar birden fazla amaçla kullanılsa dahi, bir tek ünite olarak değerlendirmeye alınır.
- Formda yer alan mekanlar faal olmaları halinde değerlendirilir.
- Formda bedensel engelliler için konulmuş; tesis girişinin düzenlenmesi, asansör düzenlemesi, yatak odası ve banyosu düzenlemesi kriterleri yerine getirildiği takdirde diğer bedensel engelli kriterler değerlendirmeye alınacaktır.

## **BİRİNCİ BÖLÜM GENEL NİTELİKLER**

**TESİSİN ÇEVRESİ VE GENEL GÖRÜNÜMÜ**

- 1- Bina veya binaların dış cephe kaplamaları ve görünümü;
  - Özel malzeme (3 puan)
  - Hazır sıva, mozaik v.b. (2 puan)
  - Boya, badana (1 puan)
- 2- Tesisin genel görünümü ve çevre ile uyumu (3 puan)
- 3- Tesis girişinde tanıtım levhası bulundurulması;
  - Işıklı levhalar (2 puan)
  - Diğerleri (1 puan)
- 4- Tesis girişinde Bakanlık onaylı plaketin teşhiri (1 puan)

**OTOPARK, GARAJ (Tesis bünyesinde ve faal olması halinde değerlendirilir.)**

- 5- Garaj (6 puan) (Tesis kapasitesinin %20' sini aşması halinde değerlendirilir.)
- 6- Otopark; (Üstü kapalı olması halinde 2 puan ilave edilir.)
  - Tesis kapasitesinin %50' si oranında zemini bakımlı (3 puan)
  - Tesis kapasitesinin %30' u oranında zemini bakımlı (2 puan)
  - Tesis kapasitesinin %15' i oranında zemini bakımlı (1 puan)
- 7- Garaj veya otoparkta görevli personel (1 puan)  
(Bu hizmetin 24 saat verilmesi halinde 2 puan ilave edilir.)

## **BAHÇE VE AÇIK ALAN DÜZENLEMESİ**

8- Müşteri kullanımına açık bahçe düzenlemesi (3 puan)

9- Temizliği ve devamlı bakımı (3 puan)

10- Aydınlatması (2 puan)

11- Görünümü güzelleştirici açık alan düzenlemesi (2 puan)

## **GENEL TUVALETLER**

12- Zemin ve duvar kaplaması;

- Özel malzeme (6 puan)
- Granit, mermer seramik v.b. (4 puan)
- Karo v.b. (2 puan)

13- Duvar kaplamaları;

- Tavana kadar (3 puan)
- Yarım kaplama (2 puan)

14- Temizlik ve devamlı bakım;

- Çok temiz ve bakımlı (7 puan)
- Temiz ve bakımlı (2 puan)

15- Yeterli havalandırma (3 puan)

16- Rezervuarlar; (Su tasarruf sistemi bulunması halinde 1 puan ilave edilir.)

- Ankastre veya fotoselli (3 puan)
- Porselen, seramik (2 puan)
- Diğer (1 puan)

17- Hijyenik klozet kapak kağıdı;

- Mekanik sistemli (3 puan)
- Diğerleri (2 puan)

18- Çöp kutusu;

- Fotoselli (3 puan)
- Pedallı (2 puan)
- Diğerleri (1 puan)

19- Lavabo ve etajerin niteliği ve birbirine uyumu;

- Tezgahlı lavabo ve büyük ayna (4 puan)
- Ayaklı lavabo ve etajeri, iyi kalite (2 puan)
- Normal lavabo ve etajeri, iyi kalite (1 puan)

20- Aynanın görünümü ve niteliği (3 puan)

- 21- El kurulama olanağı;  
 - Fotoselli kağıt havluluk ile (3 puan)  
 - Kağıt havlu veya rulomatik havlu ile (2 puan)  
 - Makine ile (1 puan)

- 22- Armatürler;  
 - Ayarlı veya fotoselli (3 puan)  
 - İyi kalite (2 puan)  
 - Normal kalite (1 puan)

## **YÖNETİM VE PERSONEL**

- 23- Müdür, muhasebe, personel müdürü v.b. yönetici odaları  
 (Her biri 1 puan, toplam 5 puanı geçemez.)

- 24- İdari personelin mesleki bilgi ve görgü seviyesi (Konusunda eğitim görmüş veya deneyimli)  
 (3 puan)

- 25- Hizmet standardını yükseltmek amacıyla, yönetim tarafından belirli zamanlarda uygulanan, işbaşı eğitim programları ve uygulama örnekleri (3 puan)

- 26- Personel üniteleri;  
 - Soyunma yerleri  
 - Duş, tuvalet ve lavaboları  
 - Oturma ve yemek yeme mahalleri  
 - Yatakhaneleri  
 (Her biri 1 puan)

- 27- Personel mahallerinin temizlik ve devamlı bakımı;  
 - Çok temiz ve bakımlı (7 puan)  
 - Temiz ve bakımlı (2 puan)

- 28- Tesiste kapasitesine yeterli personel çalıştırılması (3 puan)

- 29- İdari personel dışında kalan personelin mesleki bilgi ve görgü seviyesi ile müşteriye davranışları;  
 - Uzman personel ile üstün hizmet (5 puan)  
 - Bilgili personel ile iyi hizmet (3 puan)  
 - Normal personel ile iyi hizmet (1 puan)

- 30- Personelde işlerine ve görev yerlerine uygun, özel ve temiz kıyafet (4 puan)  
 (Personelin isimlerini gösterir yaka kartı taşımaları halinde 2 puan ilave edilir.)

- 31- Tesiste yabancı dil bilen yeterli personel (3 puan)

- 32- Personelin dış görünümü, bakımı ve temizliği (4 puan)

33- Müşteri isteğinin karşılanma süresi (2 puan)

### **TEMİZLİK VE BAKIM**

34- Çevre temizliği;

- Çok temiz (5 puan)
- Temiz (2 puan)

35- Müşteri mahallerinin temizliği; (Müşterilerin sürekli hizmetinde olan ortak kullanım alanları)

- Çok temiz ve bakımlı (8 puan)
- Temiz ve bakımlı (3 puan)

36- Müşteri mahallerinin dışındaki ünitelerin temizliği;

- Çok temiz ve bakımlı (8 puan)
- Temiz ve bakımlı (3 puan)

### **TESİSAT MAHALLERİ**

37- Klima; (Isıtma - soğutma sistemi)

- Tüm hacimlerde (10 puan) (Personel üniteleri, teknik bölüm v.b. diğer bölümler dahil.)
- Yalnız genel mahallerde ve yatak odalarında (7 puan)
- Yalnız genel mahallerde veya yatak odalarında (5 puan)

38- Devamlı ve yeterli basınçta sıcak ve soğuk su (2 puan)

39- Su kesilmesi halinde tesisin su ihtiyacını karşılayacak depo (2 puan)

40- Şebeke harici temin edilen müşteri kullanım suları için arıtma tesisatı (3 puan)  
(Çıkış suyu arıtma raporu bulunması halinde değerlendirilir.)

41- Su yumuşatma sistemi (2 puan)

42- Jeneratör desteğinde devamlı ve yeterli elektrik sağlanması (4 puan)

43- Zemin ve duvar kaplamaları nitelikli, yeterli aydınlatması ve havalandırması olan tesisat mahalli (2 puan)

(Tesisat mahallinin müstakil bir binada düzenlenmesi halinde 1 puan ilave edilir.)

44- Tesisat mahallerinde konusunda diplomalı veya sertifikalı personel çalıştırılması (1 puan)

45- Tesisat mahallerinde mevcut tesisatın ve tesisat mahallinin kullanım yönergesinin ve güvenlik ikaz levhalarının görünür yerlerde bulundurulması (1 puan)

## **YANGIN ÖNLEMLERİ**

- 46- Yangın uyarı sistemi;  
 - Isıya ve dumana duyarlı merkezi kontrol panelli otomatik alarm sistemi (5 puan)  
 - Yalnız ısıya veya dumana duyarlı merkezi kontrol panelli otomatik alarm sistemi (3 puan)  
 - Isıya veya dumana duyarlı otomatik veya standart alarm sistemi (2 puan)
- 47- Uygun yerlerde yangın anında çıkış yollarını gösterir elektrik şebekesinden ayrı ışıklı işaretler (3 puan)
- 48- Yangın merdiveni kovanının elektrik şebekesinden ayrı aydınlatılması (3 puan)  
 (Tahliyeyi engelleyecek hususların bulunması halinde değerlendirilmez.)
- 49- Kat ve koridorlarda yangın tecrit sistemi (3 puan)
- 50- Yangın anında tahliyeyi kolaylaştırmak amacıyla, odalarda yangın merdiveninin yerini gösteren kat planının bulundurulması (1 puan)
- 51- Yangın konusunda personelin eğitimi, yangın esnasında haber verilecek kuruluşların irtibat bilgilerinin ilgili kişilerde bulundurulması, yangın anında görev dağılımı ve acil durum planı  
 (2 puan)
- 52- Yangın çıkış kapılarında içeriden anahtar yardımı olmadan dışarıya açılabilmeği sağlayan kapı kilit sistemi;  
 - Barlı kilit sistemi (4 puan)  
 - Diğerleri (2 puan)
- 53- Yangın söndürücüler;  
 - Merkezi kontrol sistemli otomatik söndürme sistemi (4 puan) (Tüm ünitelerde bulunması halinde 2 puan ilave edilir.)  
 - Yangın vana ve hortumu (2 puan)  
 - Kimyevi söndürücüler (1 puan)

## **DEPOLAR**

- 54- Tesis kapasitesine uygun teçhizat ve malzeme depolarında düzenleme  
 (Her depo 1 puan, toplam 5 puanı geçemez)
- 55- Alkollü içkilerin saklanması;  
 - İçki kavı (3 puan) (Kolleksiyon şarap bulunması ve satışı halinde 2 puan ilave edilir)  
 - İçki dolabı (1 puan)

## **ÇÖPLER**

56- Çöplerin muhafazası;

- Çöplerin kapalı naylon torbalar içinde çöp bekletme odasında muhafazası (3 puan) (soğuk hava tertibatı olması halinde 1 puan ilave edilir.)

- Kapalı naylon torbaların kapalı bidonlar içinde muhafazası (1 puan)

57- Geri dönüşüm sağlamak amacıyla katı atıkların plastik, kağıt, cam metal v.b. olarak ayrıştırılması, (3 puan)

## **SAĞLIK VE GIDA GÜVENLİĞİ**

58- Yiyecek ve içecek maddelerinin hazırlanmasında sağlık ve hijyen kurallarına uygunluk,

(2 puan)

59- Kullanım suyu ve iklimlendirilmiş havada sağlık güvenliğine ilişkin alınan önlemler (Bakım sözleşmesi olması halinde değerlendirilir.) (2 puan)

60- Çalışan personelin iş ve görev yerlerine uygun olarak hijyen kurallarına uyması (2 puan)

61- Haşere ile düzenli mücadele yapılması (2 puan)

(Sözleşme veya ilaçlama programı bulunması halinde değerlendirilir.)

62- Açık büfelerde banket altı sabit soğutucu ve ısıtıcı tesisatın bulunması (2 puan)

## **İLK YARDIM HİZMETİ**

63- İlk yardım hizmetine yönelik tefriş ve düzenleme;

- Revir (3 puan)

- İlk yardım hizmetini eksiksiz verebilecek araç ve gereçler (1 puan)

64- İlk yardım hizmeti verilmesi;

- Anlaşmalı doktor ile (işyeri hekimliği hariç) (5 puan)

- Sağlık personeli ile (2 puan)

- İlk yardım sertifikası bulunan personel ile (1 puan)

## **BEDENSEL ENGELLİ DÜZENLEMESİ**

65-Tesis girişinde bedensel engelliler için düzenleme (2 puan)

66- Müşteri kullanımına açık bahçede bedensel engelliler için yapılan düzenleme (2 puan)

67- Asansörde bedensel engelliler için düzenleme (2 puan)

68-Kapılar üzerinde bedensel engellilere ait olduğu belirtilen lavabo ve tuvalet düzenlemesi (2 puan)

(Genel tuvaletlerin dışında ayrı bir mahalde bay-bayan ortak kullanım olarak düzenlenmesi halinde 2 puan ilave edilir.)

69-Bedensel engelliler için yatak odası düzenlemesi (2 puan)

70- Bedensel engelliler için düzenlenen oda banyoları (2 puan)

71- Giriş ünitesi, oturma salonu, lokanta, yüzme havuzu, gece kulübü v.b. ünitelerden en az 3 adedinin bedensel engellilerin ulaşımına ve kullanımına uygun düzenlenmesi (2 puan)

## **İKİNCİ BÖLÜM BUTİK OTELLER YÜZER TESİSLER (KONAKLAMA)**

### **KABUL HOLÜ**

1- Giriş kapısı; (Fotoselli olması halinde 1 puan ilave edilir.)

- Dönen kapı veya rüzgarlık (3 puan)
- Normal kapı (1 puan)

2- Zemin kaplaması;

- Özel malzeme (6 puan)
- Granit, mermer, seramik, masif ahşap parke (4 puan)
- Karo, parke vb. (2 puan)

3- Dekorasyon;

- Özel düzenleme (5 puan)
- İyi düzenleme (3 puan)
- Normal düzenleme (1 puan)

4- Resepsiyonda fiyat teşhiri (2 puan)

(Uygulanan fiyatlar döviz ve/veya YTL cinsinden teşhir edilmelidir.)

5- Turizm işletmesi belgesinin resepsiyonda teşhiri (1 puan)

6- Müşterilerle ilişkiler ve danışmanlık hizmeti;

- Müstakil büroda (4 puan)
- Resepsiyondan ayrı bir mahalde (3 puan)
- Resepsiyonda ayrı bir mahalde (2 puan)
- Resepsiyonda (1 puan)

7- Müşteri emanet kasası (Kapasiteye yeterli) (2 puan)

8- Emanet hizmeti verilen bagaj odası (2 puan)

9- Müşteri eşyasının, ayrı bir bagaj girişinden alınarak servis merdiveni veya servis asansörü ile odalara nakli (2 puan)

10- Eşya taşıma görevlisi (1 puan)

(Bu hizmetin 24 saat ve üniformalı personel tarafından verilmesi halinde 2 puan ilave edilir.)

11- Hesap çıkarma ve rezervasyon işlemleri; (Rezervasyonun internet aracılığıyla yapılabilmesi halinde 1 puan ilave edilir.)

- Tüm işlemlerin bilgisayarla yapılması (3 puan)

- Sadece hesap çıkarma veya rezervasyon işlemlerinin bilgisayarla yapılması (1 puan)

12- Odalara mesaj bırakma sistemi (2 puan)

13- Mücevherat, hediyelik eşya, parfümeri, butik, kırtasiye “gazete - mecmua - kartpostal” v.b. satış yerleri (Her bir satış yeri 2 puan, toplam 10 puanı geçemez.)

14- Ulusal veya yöresel el sanatları ürünleri sergilenmesi ve/veya satışı (2 puan)

15- Berber- kuaför (2 puan)

(Ayrı mekanlarda düzenlenmeleri halinde 2 puan ilave edilir.)

16- Müşterilerin görüşürken rahatsız olmayacağı ve etrafı rahatsız etmeyeceği santral ve resepsiyon bağlantısı olmaksızın ulusal veya uluslararası telefon hizmeti (2 puan)

17- Ayakkabı boyama hizmeti (2 puan)

(Bu hizmetin verildiği tesis dokümanında belirtilmelidir.)

18- Lobi veya oturma salonunda internet hizmeti ( 2 puan)

19- Genel mahallerde müzik yayını (2 puan)

20- Otelin/tesisin tanıtımının yapıldığı süreli basılı yayın (dergi vb.) (1 puan)

## **ASANSÖR**

21- Kapasiteyle orantılı asansör;

- Tam otomatik (Fotoselli) (4 puan)

- Yarım otomatik (2 puan)

- Normal (1 puan)

22- Asansörün genel görünümü;

- Çok iyi (3 puan)

- İyi (2 puan)

- Normal (1 puan)



23- Servis asansörü ve merdiveni; (Yangın merdiveni, müşteri merdiveni ve müşteri asansörü hariç)

- Asansör ve merdiven (3 puan)
- Yalnız asansör (2 puan)
- Yalnız merdiven (1 puan)

### **KAT KORİDOR VE MERDİVENLERİ**

24- Zemin kaplaması;

- Özel dokuma amblemlı halı veya özel malzeme (6 puan)
- Granit, mermer, seramik, yün halı, masif ahşap parke (4 puan)
- Sentetik halı veya parke (2 puan)
- Mozaik v.b. (1 puan)

25- Koridorlarda oda numaralarının rahatça okunabilmesini sağlayan aydınlatma (2 puan)

26- Asansör veya merdiven boşluklarında, gerektiğinde müşterilerin oturarak beklemelerine imkan sağlayan oturma grubu (2 puan)

27- Katlarda;

- Kat ofisi (2 puan) (Servis merdiveni veya asansörü ile doğrudan bağlantılı olması halinde 2 puan ilave edilir.)
- Temizlik gereçleri dolabı (1 puan)

28- Toplam personel sayısının tesis kapasitesine oranı;

- 1-2 yatak için 1 personel (5 puan)
- 3-4 yatak için 1 personel (2 puan)

29- Koridorlarda resepsiyonla irtibatlı telefon hizmeti (2 puan)

### **YATAK ODALARI**

30- Kapı kilitleri;

- Şifreli kart sistemi (5 puan)
- Dışarıdan yalnızca anahtar, içeriden kapı kolu veya kapı tokmağı ile açılan (3 puan)
- Dışarıdan ve içeriden kapı kolu ile veya kapı tokmağı ile açılan (1 puan)

31- Zemin kaplaması;

- Özel dokuma amblemlı halı veya özel malzeme (6 puan)
- Granit, mermer, seramik, yün halı, masif ahşap parke (4 puan)
- Sentetik halı veya parke (2 puan)
- Mozaik v.b. (1 puan)

32- Koltuk, iyi kalite sandalye ve sehpa; (Balkonda kullanılan masa ve sandalyeler hariç)

- İki kişilik odalarda (French-bed dahil) her yatak için bir koltuk veya iyi kalite sandalye ve bir sehpa (3 puan)
- Odada bir koltuk veya iyi kalite sandalye ve bir sehpa (1 puan)

- 33- Gece lambası / okuma lambası (1 puan)
- 34- Kıymetli eşya kasası; (Diz üstü bilgisayarın konulabilmesi ve şarj imkanı bulunması halinde 2 puan ilave edilir.)  
 - Şifreli (3 puan)  
 - Anahtarlı (1 puan)
- 35- Tuvalet aynasının aydınlatılması (1 puan)
- 36- Boy aynası (2 puan)
- 37- Odanın genel aydınlatması (2 puan)
- 38- Odalarda telefon hizmeti (2 puan)
- 39- Odaların tefriş ve dekorasyonu;  
 - Özel tefriş (6 puan)  
 - Mobilya bütünü (4 puan)  
 - Ayrı elemanlarla tefriş (2 puan)
- 40- Odalarda çalışma masası (2 puan)
- 41- Odalarda valizlik (1 puan)
- 42- Yatak; (Niteliğini kaybetmemiş)  
 - Özel nitelikli yatak ( 5 puan)  
 - Yaylı yatak (3 puan)
- 43- Yatak başında oda aydınlatmasını (banyo hariç) kumanda eden anahtar sistemi (2 puan)
- 44- Odanın dekorasyonu ile uyumlu yatak örtüsü (2 puan)
- 45- Yastık, çarşaf, nevresim, v.b. malzemenin niteliği;  
 - Çok iyi kalite (3 puan)  
 - İyi kalite (2 puan)  
 - Normal kalite (1 puan)
- 46- Yastık veya yorgan mөнüsünün bulunması ve bu hizmetin verilmesi (Her biri 2 puan)
- 47- Yastık kılıfları ve çarşafaların değiştirilmesi;  
 - Her gün değişme (3 puan)  
 - 2 günde bir değişme (1 puan)
- 48- Oda ve yatağın kullanıma hazır hale getirilmesi hizmeti (Turn down) (2 puan)

- 49- Odanın dekorasyonu ile uyumlu perde;  
(Güneş ışığını tutucu perdenin bulunması halinde 1 puan ilave edilir.)  
- Kaliteli astarlı kalın perde ve tül (5 puan)  
- Panjur veya stor ve tül (4 puan)  
- Kaliteli kalın perde ve tül (3 puan)  
- Yalnız kalın perde (1 puan)
- 50- Ayakkabı cilası, ayakkabı silme bezi, dikiş malzemesi, kirli çamaşır torbası, tek kullanımlık terlik, ütü, odada taşınabilir askılık, şemsiye, bloknot-kalem v.b. malzemeler  
(Her biri 1 puan, toplam 6 puanı geçemez.)
- 51- Odalarda internet hizmeti (2 puan)
- 52- Kapı dürbünü, kapı güvenlik kilidi ( Her biri 1 puan)
- 53- Otel dokümanları; (Çeşitli ünitelere ait fiyat listeleri, verilen hizmetlere ait bilgiler, tanıtıcı yayınlar)  
- Otel dokümanının çok iyi kalite bir kit içinde sunulması (3 puan)  
- Otel dokümanının normal kalite bir kit içinde sunulması (1 puan)
- 54- Odalar arası ses izolasyonu (2 puan)
- 55- Odalarda enerji tasarrufuna yönelik sistemler (3 puan)
- 56- Odalarda televizyon (4 puan) (Ses kontrol ayarı sabitlenmişse 2 puan, televizyon kanalları hakkında bilgilendirme yapılmış ise 1 puan ilave edilir.)
- 57- Oda televizyonlarında tesisi tanıtıcı yayın yapılması  
(Her dil 1 puan, toplam 3 puanı geçemez.)
- 58- Odalarda uydu yayını veya kablolu televizyon (2 puan)
- 59- İnteraktif televizyon sistemi (4 puan)
- 60- DVD oynatıcısı, VCD oynatıcısı, MP3 çalar, pay tv. v.b. (1 puan)  
( Tüm odalarda olması halinde değerlendirilir.)
- 61- Odalarda buzdolabı; (İçerisinde yiyecek ve içecek türleri ile bunlara ilişkin fiyat listesi ve mevcut yiyecek ve içecek türlerine ilişkin servis malzemeleri bulunması halinde minibar olarak değerlendirilir.)  
- Her odada (Buzdolabı 2 puan, minibar 6 puan)  
- Odaların en az %50'sinde (Buzdolabı 1 puan, minibar 3 puan)
- 62- Çevrede bulunan rahatsız edici etkenlere (tren, otogar, havaalanı, fabrika ve atölyeler, karayolu güzergahı v.b.) karşı alınan önlemler (4 puan)

63- Sigara içilmeyen oda ve kat düzenlemesi; (Oda kapısında veya katta özel işaretin bulunması, odalarda kül tablası, kibrit bulunmaması ve broşürde bilgilendirmenin yer alması halinde değerlendirilir, toplam oda kapasitesinin %5 inden az ise değerlendirilmeye alınmaz.)

- Tesisin bir katının tümüyle ayrılması (4 puan)
- Sadece oda düzenlemesi (2 puan)

### **BANYOLAR**

64- Zemin kaplaması;

- Özel malzeme (6 puan)
- Granit, mermer, seramik v.b. (4 puan)
- Karo v.b. (2 puan)

65- Yıkama yeri (küvet, duş teknesi vb);

- Çok iyi kalite (4 puan)
- İyi kalite (2 puan)
- Normal kalite (1 puan)

66- Aksesuarlar;

(Emniyet tutacağı, sabunluk, havlu asacağı, elbise asacağı, tuvalet kağıdı yeri, üzerinde gerilimi yazılı priz ) (Her biri 1 puandır.)

67- Büyüteçli ayna;

- Işıklı (2 puan)
- Normal (1 puan)

68- Aydınlatma (2 puan)

69- Ayak havlusu (1 puan)

70 - Banyo perdesi veya aynı görevi yapan ayırıcı;

- Cam v.b. özel malzeme (3 puan)
- Sert plastik v.b. malzeme (2 puan)
- Diğerleri (1 puan)

71- Lavabo, aydınlatılmış aynası ve etajeri;

(Aynanın buhar tutmayı önleyici nitelikte olması halinde 1 puan ilave edilir.)

- Tezgahlı lavabo ve büyük ayna (4 puan)
- Ayaklı lavabo, iyi kalite malzeme (3 puan)
- Normal lavabo, iyi kalite malzeme (1 puan)

72- Armatürler ve bataryalar;

- Ayarlı veya fotoselli (3 puan)
- İyi kalite (2 puan)
- Normal kalite (1 puan)

73- Rezervuarlar (3 puan) (Su tasarruf sistemi bulunması halinde 1 puan ilave edilir.)

74- Banyoda telefon (2 puan)

75- Resepsiyonla bağlantılı alarm sistemi (1 puan)

76- Saç kurutma makinesi (2 puan)

(Isı ayar ve kontrol sistemi bulunması halinde 1 puan ilave edilir.)

77- Sabun, şampuan, hijyen torbası, duş başlığı, makyaj pamuğu, bornoz, diş bakım kiti, duş köpüğü, kağıt mendil, tarak, lif, vücut losyonu, saç kremi, tartı, v.b.

(Her biri 1 puan, toplam 10 puanı geçemez.)

78- Niteliğini kaybetmemiş el ve banyo havluları (Amblemlı olması halinde 1 puan ilave edilir.)

- Her gün değişme veya çevreye duyarlı sistem (Müşterilerin bilgilendirilmesi şartıyla)

(4 puan)

- 2 günde bir değişme (2 puan)

79- Televizyon ve/veya müzik yayını dinleme sistemi (1 puan)

#### **OTURMA SALONU**

80- Zemin kaplaması;

- Özel dokuma amblemlı halı veya özel malzeme (6 puan)

- Granit, mermer, seramik, yün halı, masif ahşap parke (4 puan)

- Sentetik halı veya parke (2 puan)

- Mozaik v.b. (1 puan)

81- Dekorasyon;

- Özel düzenleme (5 puan)

- İyi düzenleme (3 puan)

- Normal düzenleme (1 puan)

82- Tefriş elemanları;

- Özel malzeme (5 puan)

- İyi malzeme (3 puan)

- Normal malzeme (1 puan)

83- Şömine düzenlemesi (3 puan) (Kullanılabilir olması halinde değerlendirilir.)

84- Televizyon izleme olanağı; (Sine-Barko vizyon hizmeti bulunması halinde 2 puan ilave edilir.)

- Ayrı bir televizyon odası veya mahalli (2 puan)

- Oturma salonunun uygun bir yerinde (1 puan)

85- Lobide veya oturma salonunda, program içerisinde piyano, arp v.b. eşliğinde müzik dinletisi; (Müşterinin bilgilendirilmesi ve geçmiş programın veya sanatçıyla yapılmış olan anlaşmanın bulunması halinde puan verilir.)

- Haftada 6 gün (6 puan)
- Haftada 4 gün (4 puan)
- Haftada 2 gün (2 puan)

### **BARLAR**

86- Amerikan bar hizmetinin verildiği ayrı bir salon (4 puan) (Faal olması halinde değerlendirilir.)

87- Puanlanan amerikan bar salonu dışında içki servisi yapılan barlar  
(Faal olan barlar değerlendirilir.) (Her biri 2 puan, toplam 6 puanı geçemez.)

88- Malzeme ve teçhizatı;

- İçecek cinsine uygun malzeme ve teçhizat kullanılması (3 puan)
- İçecek cinsine uygun malzeme ve teçhizatın tam olmamasına rağmen, hizmeti aksatmayacak düzeyde olması (1 puan)

89- Buz makinesi (3 puan)

### **KAHVALTI VE BÜFE HİZMETİ**

90- Kahvaltı salonu (4 puan)

91- Müstakil kahvaltı ofisi (4 puan) (Kahvaltı hizmetinin verildiği salon ile bağlantılı)

92- Kahvaltı ofisinin donanımı;

- Yiyecek, içecek cinsine uygun malzeme ve donanım (3 puan)
- Yiyecek, içecek cinsine uygun malzeme ve donanımın tam olmamasına rağmen, hizmeti aksatmayacak düzeyde olması (1 puan)

93- Servis elemanları; (Çatal, kaşık, bıçak, bardak v.b.)

- Çok iyi kaliteli, amblemli (3 puan)
- İyi kaliteli (2 puan)
- Normal kaliteli (1 puan)

94- Büfe hizmeti;

(Odalarda ve/veya en az bir mahalde müşterinin bilgilendirilmesi şartıyla değerlendirilir.)

- 24 saat hizmet veriyor (4 puan)
- Saat 24:00'e kadar hizmet veriyor (2 puan)

95- Oda servisi; (Otel dokümanında belirtilmesi, odalarda fiyat listesi bulunması ve bu servisin yapılabileceği servis merdiveni veya asansörü bulunması halinde değerlendirilir.)

- 24 saat hizmet veriyor (4 puan)
- 06:00 - 24:00 saatleri arasında hizmet veriyor (2 puan)

96- Türk kahvesi ve çayının geleneklere uygun olarak hazırlanması ve servisi (2 puan)

### **SALONLAR VE HİZMETLER**

97- Alakart yemek salonuna ilaveten mutfakla bağlantılı veya özel mutfaklı ayrı yemek salonları (Her biri 5 puan, toplam 10 puanı geçemez).

98- Pastane;

- Ayrı bir salon (5 puan)
- Pasta servis arabası veya bir mahalde hizmet verilmesi (2 puan)

99- Okuma-dinlenme odası (2 puan)

(En az 5 çeşit süreli yayın veya yabancı dile çevrilmiş Türk eserlerinin bulundurulması halinde 2 puan ilave edilir)

100- Hobi odası, oyun-eğlence odası vb. çok maksatlı salonlar

(Her biri 2 puan, toplam 6 puanı geçemez.)

101- Yan hizmet üniteleri (Yüzme havuzu, hamam, sauna, diskotek, çeşitli spor üniteleri vb.)

(Her biri 2 puan, toplam 10 puan)

102- Terzi, müşteri çamaşırını yıkama, ütüleme ve kuru temizleme servisi;

(Odalarda çamaşır torbası bulundurulması ve tesis dokümanında fiyat listesinin belirtilmesi halinde dikkate alınır.)

(Her biri 2 puan, toplam 8 puandır. Bu hizmetlerin tesis dışında yaptırılması halinde 1'er puan üzerinden değerlendirilir.)

### **YEMEK SALONU**

103-Yemek salonu girişinde uygulanan fiyatların teşhir edilmesi (1 puan)

104- Günlük mönü; (Diet, vejeteryan, çocuk mönüsü v.b. bulunması halinde her biri için 1 puan ilave edilir.)

- İyi kalite bir kit içinde müşteriye sunulması (3 puan)
- Normal kalite bir kit içinde müşteriye sunulması (1 puan)

105- Günlük mönüde yiyeceklerin içeriğinin belirtilmesi (1 puan)

(Her yabancı dil için 1 puan ilave edilir, toplam 3 puanı geçemez.)

106- Zemin kaplaması;

- Özel dokuma amblemlili halı veya özel malzeme (6 puan)
- Granit, mermer, seramik, yün halı, masif ahşap parke (4 puan)
- Sentetik halı veya parke (2 puan)
- Mozaik v.b. (1 puan)

107- Dekorasyon;

- Özel düzenleme (5 puan)
- İyi düzenleme (3 puan)
- Normal düzenleme (1 puan)

- 108- Tefriş elemanları;  
 - Özel malzeme (5 puan)  
 - İyi malzeme (3 puan)  
 - Normal malzeme (1 puan)
- 109- Çatal, kaşık, bıçak, tabak, bardak, v.b. servis malzemeleri;  
 (Özel yemek takımları olması halinde 1 puan ilave edilir.)  
 - Çok iyi kalite amblemli (3 puan)  
 - İyi kalite (2 puan)  
 - Normal kalite (1 puan)
- 110- Masa örtüleri (İyi kalite, temiz ve lekesiz) (2 puan)
- 111- Peçeteler; (Her müşteri ile değişir, kağıt peçete ile birlikte)  
 - İyi kalite (2 puan)  
 - Normal kalite (1 puan)
- 112- Yemek salonu ile mutfak arasında servis ofisi (2 puan)
- 113- Çocuk servis düzeni (2 puan)

### **MUTFAK**

- 114- Zemin kaplaması;  
 - Hijyenik özel malzeme (6 puan)  
 - Mermer, seramik, v.b. (3 puan)  
 - Mozaik (1 puan)
- 115- Etler - hamur işleri ve tatlılar - soğuklar - sıcaklar için birbirinden ayrı ya da bölmeyle ayrılmış hazırlık yerleri (Her biri 2 puan, toplam 8 puanı geçemez.)
- 116- Mutfak ekipmanları;  
 -İhtiyaca uygun pişirme yerleri (Kuzine)  
 -Yemekleri sıcak saklama teçhizatı (Benmari)  
 - Servis sırasında yemekleri sıcak saklama teçhizatı (Reşo)  
 -Izgara donatımı  
 -Türk mutfağına uygun pişirme fırını  
 -Tabakları sıcak saklama teçhizatı  
 (Her biri 2 puan)
- 117- Bıçaklık ve bıçaklar için özel sterilizasyon sistemi (2 puan)
- 118- Hijyen lavabosu ve musluğu (2 puan)
- 119- Soğuk oda, dipfriz ve soğuk dolaplar;  
 - Kapısı içeriden açılabilen ve alarm zili bulunan soğuk oda (3 puan)  
 - Derin dondurucu ve soğuk dolaplar (1 puan)



120- Bulaşık yıkama yerlerinin niteliği (3 puan)

121- Mutfak ve servis malzemeleri için ayrı yıkama yerleri (3 puan)

122- Servis takımlarının makine ile yıkanması (3 puan)

123- Giriş kapısından ayrı, mutfak ve depo ile bağlantılı servis girişi (5 puan)

### **YEMEKLER**

124- Yemek malzemelerinin kalitesi;

- Özel seçilmiş malzeme (6 puan)

- İyi cins malzeme (2 puan)

125- Yemek masasının düzeni, yemeğin sunuş tarzı (5 puan)

126- Yemek kültürü ve nefaseti (Yöresel, ulusal ve uluslararası mutfaklar) (5 puan)

127- Alkollü ve alkolsüz içeceklerin tür ve cinslerine uygun servis malzemeleri ile sunumu  
(2 puan)

### **DÜŞÜNCELER:**

**BUTİK OTELLER – YÜZER TESİSLER (KONAKLAMA)**

TESİS TÜRÜ	BİRİNCİ BÖLÜM (Genel Nitelikler)		İKİNCİ BÖLÜM (Türü)	
	Asgari Puan	Aldığı Puan	Asgari Puan	Aldığı Puan
BUTİK OTELLER	160		300	
YÜZER TESİS (KONAKLAMA)	100		180	

.....tesisinde.....tari  
 hindeyapılan sınıflandırma formu uygulamasında, genel nitelikler bölümünden  
 .....puan, türüne ilişkin bölümden ..... puan almıştır.

Arz olunur.

## **Ek 2: 9207 sayılı İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik**

9207 sayılı “İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğe” göre konaklama işletmelerinde aranılan genel nitelikler ve şartlar aşağıdaki gibidir (Resmi Gazete, 2005b).

1. İşyeri amaca uygun bir şekilde tasarlanmış, temiz ve aydınlık olacaktır.
2. İşyerinin havalandırma tertibatı bulunacak; ısıtma ve havalandırma soba, kalorifer veya klima sistemlerinden uygun olanı ile yapılacaktır.
3. Tek ruhsatla açılan ve birden fazla faaliyet alanı bulunan işyerlerinde her faaliyet dalı için ilgili bölümlerde öngörülen şartlar ayrıca aranacaktır.
4. On kişiden fazla çalışmanı bulunan müstakil işyerlerinde dinlenme yeri, kıyafet değiştirme kabini, bay ve bayan için ayrı tuvalet bulunacaktır. Ancak birden fazla işyerinin bulunduğu iş hanı, iş merkezi, pasaj, gar, terminal gibi yerlerde ortak kullanıma ayrılmış yeter sayıda lavabo ve tuvalet varsa, buralarda açılan işyerleri için ayrıca tuvalet ve lavabo şartı aranmaz.
5. İşyerinde üretilen çöp ve benzeri atıkların toplanması ve muhafazası için gerekli tedbirler alınacak ve atık suyun uygun bir şekilde tahliye edilmesini sağlayacak bağlantı bulunacaktır.
6. Yiyecek ve içecek satılan, depolanan ve servisi yapılan işyerlerinde, yiyeceklerin hazırlandığı bölümlerin tabanları, duvarları ve yiyeceğin temas ettiği yüzeyler seramik, mermer, paslanmaz çelik gibi kolay temizlenebilir, yıkanabilir ve dezenfekte edilebilir; tavanlar buğulanmayı, küflenmeyi, pislik birikmesini önleyecek; kapılar, kolay temizlenebilir ve gerektiğinde dezenfekte edilebilir nitelikte olacaktır. Yiyecek hazırlama ve pişirme bölümünde oluşan buhar, koku, duman ve benzeri kirleticileri tahliye edecek baca sistemi kurulacaktır. Bardak ve tabaklar cam veya porselen; kaşık, çatal ve bıçak paslanmaz çelikten olacaktır.
7. İtfaiye raporu alması gerekmeyen işyerlerinde çalışanların ve müşterilerin güvenliğini sağlamak amacıyla yangına karşı önlemler alınacaktır.
8. Umuma açık istirahat ve eğlence yerleriyle, kişilerin yoğun olarak giriş-çıkış yaptığı diğer işyerlerinde giriş ve çıkışlar ayrı kapıdan olacak ve yangına karşı ayrıca tahliye çıkışı bulunacak, yangın çıkışları ışıklı tabela ile gösterilecektir.

9. Umuma açık istirahat, eğlence ve konaklama yerleriyle lokantalarda ve pastanelerde şehir şebekesine bağlı su bulunacak, sigara içilen ve içilmeyen bölümler duvar veya camla ayrılacaktır.
10. Umuma açık istirahat ve eğlence yerleri, konaklama yerleri, düğün salonları, lokantalar ve benzeri işyerlerinde bulunan tuvaletlerin zeminleri ve duvarları mermer, seramik ve mozaik gibi kolay temizlenebilir, yıkanabilir ve dezenfekte edilebilir malzemelerle kaplı olacaktır. Tuvalet ile mutfak yan yana olmayacaktır.

**a) Birinci Sınıf Oteller;**

- Isıtma, soğutma ve havalandırma, odalar dâhil kalorifer veya klima ile yapılacaktır.
- Bütün odalarda sürekli sıcak su bulunacaktır.
- Zemin ahşap parke, seramik veya mermer gibi kolay temizlenebilir, yıkanabilir ve dezenfekte edilebilir madde ile kaplanacaktır.
- Giriş ve salonlarda duvarlar alçı sıva, mermer veya lambri olacaktır.
- Işıklandırma abajur, kristal, avize, aplik veya gizli ışık tertibatı ile yapılacaktır.
- Bankolu bir müracaat yeri, telefon santrali ve vestiyer bulunacaktır.
- Vestiyer duvarları lambri veya benzeri malzeme ile kaplı olacaktır.
- Otel santraline bağlı olmayan kabinli bir telefon bulunacaktır.
- Bekleme salonlarındaki koltuk, sehpa ve benzeri eşya iyi cins malzemedan yapılmış olacaktır.
- Bekleme salonunda ve odalarda uydu yayını yapan televizyon sistemi bulunacaktır.
- Dinlenme salonları;

Biri zemin katında olmak üzere en az iki salonu bulunacaktır.

Işıklandırma kristal avize, aplik veya gizli ışık tertibatı ile sağlanacaktır.

Mobilya iyi cins malzemedan olacaktır.

Pencerelerde iyi cins kumaş ve tül perdeler olacaktır.

Salonlardan birinde orkestra yeri televizyon ve bar bulunacaktır.

Masa ve sehpalarda cam, porselen veya seramik tablalar olacaktır.

- Otel, zemin hariç üç kattan fazla ise asansör bulunacaktır.
- Katlarda servis odaları bulunacaktır.
- Katlarda her 20 odaya en az 1 adet olmak üzere, bay ve bayanlara ait aynalı, fayanslı, lavabolu, sıvı sabunlu ayrı alaturka tuvaletler bulunacaktır.
- Odalar;

Banyolu ve tuvaletli olacaktır.

Odaların % 20'si daire şeklinde olacaktır.

Işıklandırma gözü yormayacak şekilde olacak, abajurlu okuma lambası, santral ile bağlantılı telefon bulunacaktır.

Tercihen gömme gardırop, şifonyer, bavul masası, tuvalet, boy aynası, koltuk ve sehpa bulunacaktır.

Yatak ortopedik, yatak takımları iyi cins keten veya benzeri, yorganlar yarım kuş tüyü, yastıklar biri kuş tüyü olmak üzere iki adet olacak ve iyi cins battaniyeler bulunacaktır

Suit odalar; yatak, oturma odası, banyo olmak üzere en az üç kısım olacaktır.

Oturma odasında yeteri kadar koltuk ve sehpalardan başka, bir çalışma masası, masa lambası, bir radyo ve televizyon bulunacaktır.

- Banyolar;

Küvet gömme olacaktır.

Alafranga tuvaletli, aynalı, fayanslı, lavabolu, havalandırma tesisatlı olacaktır.

Duşlu odalarda havalandırma, merkezi sistem veya klima ile sağlanacaktır.

- Tuvaletlerin zemin ve duvarları kolay temizlenebilir, yıkanabilir ve dezenfekte edilebilir nitelikte olan birinci kalite mermer, seramik ve benzeri malzemeden olacaktır.
- Birinci sınıf lokanta niteliğinde lokantası ve mutfağı bulunacaktır.

- Birinci sınıf niteliğinde bay ve bayan berber salonu, manikürücü, sağlık ve fen koşullarına uygun çamaşırhanesi ve ütü yeri bulunacaktır.
- Malzemelerin girmesi için ayrı bir servis kapısı, otoparkı olacaktır.
- En az 150 cm genişliğinde yangın merdiveni bulunacaktır.

**b) İkinci Sınıf Oteller;**

- Isıtma odalar dâhil kalorifer veya klima ile yapılacaktır.
- Bütün odalarda sürekli sıcak su bulunacaktır.
- Zemin ahşap parke, seramik veya mermer gibi malzeme ile kaplanacaktır.
- Giriş ve salonlarda duvarlar alçı sıva veya lambri olacaktır.
- Bankolu bir müracaat yeri, telefon santrali ve vestiyer bulunacaktır.
- Vestiyer duvarları lambri veya benzeri malzeme ile kaplı olacaktır.
- Dinlenme salonu,

En az bir dinlenme salonu bulunacaktır.

Mobilya iyi cins malzemedden olacaktır.

Pencerelerde iyi cins kumaş ve tül perdeler olacaktır.

Salonda orkestra yeri ve uydu yayını alan televizyon bulunacaktır.

Masa ve sehpalarda cam, porselen veya seramik tablalar olacaktır.

Dinlenme salonlarındaki koltuk, sehpa ve benzeri eşya iyi cins malzemedden yapılmış olacaktır.

Klimalı soğutma sistemi olacaktır.

- Odalar;

En az yarısı banyolu ve tuvaletli olacaktır.

En az yüzde onu daire olacaktır.

Işıklandırma gözü yormayacak şekilde olacak, santrale bağlı telefon olacaktır.

Gardırop, şifonyer, ayna, koltuk ve sehpa bulunacaktır.

Yatak ortopedik, yatak takımları iyi cins olacaktır.

Oturma odasında yeteri kadar koltuk ve sehpalardan başka, bir çalışma masası, masa lambası, bir radyo ve televizyon olacaktır.

Dairelerde, yatak odası, banyo ve tuvalet olacaktır.

- Katlarda yeteri kadar banyo ve tuvalet bulunacaktır.
- Tuvalet ve banyolar kolay temizlenebilir, yıkanabilir ve dezenfekte edilebilir malzeme ile kaplı olacaktır.
- Yemek verilmesi halinde, ikinci sınıf lokanta niteliğinde lokantası ve mutfağı bulunacaktır.
- Odalarda yatak sayısı her beş metrekareye bir olmak üzere en fazla iki adet olacaktır.
- Tuvaleti olmayan odalarda aynalı lavabo bulunacaktır.
- En az 150 cm genişliğinde yangın merdiveni bulunacaktır.

**c) Üçüncü Sınıf Oteller ve Pansiyonlar;**

- Isıtma odalar dâhil kalorifer veya soba ile yapılacaktır.
- Zemin en az mozaik gibi malzeme ile kaplanacaktır.
- Giriş ve salonlarda duvarlar alçı sıva, plastik veya yağlı boya ile kaplı olacaktır.
- Müracaat yeri ve vestiyer bulunacaktır.
- Dinlenme salonunda yeterli sayıda masa, sandalye ve televizyon bulunacaktır.
- Dinlenme salonlarındaki koltuk, sehpa ve benzeri eşya iyi cins malzemedен yapılmış olacaktır.
- Odalarda;

En az % 20'si banyolu ve tuvaletli olacaktır.

Gardırop, ayna, sandalye ve sehpa bulunacaktır.

Yatak ortopedik, yatak takımları iyi cins olacaktır.

Katlarda her 10 yatağa bir banyo ve tuvalet bulunacaktır.

Tuvalet ve banyolar kolay yıkanabilir ve dezenfekte edilebilir nitelikte olacaktır.

Yemek verilmesi halinde üçüncü sınıf lokanta niteliğinde lokantası ve mutfağı bulunacaktır.

- Odalarda yatak sayısı her beş metrekareye bir olmak üzere en fazla üç adet olacaktır.

Bu tesislerin yeme-içme ünitelerinde aranılacak şartlar da aşağıdaki gibidir (Resmi Gazete, 2005b);

***Birinci Sınıf Lokantalar;***

- Ustalık belgesine sahip en az iki aşçı bulunacaktır.
- Mutfak; hazırlama, pişirme ve bulaşık yıkama yeri olmak üzere üç bölümden oluşacaktır. Bulaşık yıkamak için sıcak ve soğuk su tesisatı bulunacaktır.
- Girişte yeterli büyüklükte bir antre bulunacaktır.
- Giriş ve salon dâhil bütün duvarları yağlı boya veya benzeri maddeler ile boyanmış veya kaplanmış olacaktır.
- Isıtma, soğutma ve havalandırma kalorifer veya klima ile yapılacaktır.
- Giriş ve salonun zemini ahşap parke, seramik veya mermer gibi kolay temizlenebilir ve dezenfekte edilebilir madde ile kaplanacaktır.
- İçki ve yemek servisi için yeterli sayıda tekerlekli servis masası bulunacaktır.
- Masalar üzerinde iyi cins örtü ve peçete bulunacaktır.
- Tabaklar tek tip ve iyi cins porselen veya camdan; çatal, kaşık, bıçak ise iyi cins paslanmaz çelikten olacaktır. Masalar üzerinde kristal, seramik veya porselen tablalar olacaktır.
- Bay ve bayanlara ait sıcak suyu akan aynalı, lavabolu, sıvı sabunlu, kurutma makineli veya peçeteli ayrı tuvaletler bulunacaktır. Ayrıca, çocuk temizliği yapılmak üzere çocuk odası ve çocuk tuvaleti bulunacaktır.
- Mutfağın dışarıya açılan pencere ve kapılarında sineklik telleri bulunacaktır.
- Garsonlar ve çalışanlar lokantanın belirlediği özel kıyafeti giyecektir.
- Lokantanın müşteri kapasitesine uygun otoparkı bulunacaktır.



- Mutfak, müşterilerin doğrudan doğruya görebileceği şekilde dizayn edilecektir.
- Müşteri kapasitesine yeterli bankolu vestiyer bulunacaktır.

### ***İkinci Sınıf Lokantalar;***

- Ustalık belgesi bulunan en az bir aşçı bulunacaktır.
- Mutfak; hazırlama, pişirme ve bulaşık yıkama yeri olmak üzere üç bölümden oluşacaktır. Bulaşık yıkamak için sıcak ve soğuk su tesisatı bulunacaktır.
- Mutfak, giriş ve salonun zemini seramik veya mermer gibi kolay temizlenebilir, yıkanabilir ve dezenfekte edilebilir sert malzeme ile kaplı olacaktır.
- Isıtma, soğutma ve havalandırma için yeterli tesisat bulunacaktır.
- Masalar üzerinde örtü ve peçete bulunacaktır.
- Mutfak salondan ayrı bir yerde olacak ve mutfağın dışarıya açılan kapı ve pencerelerinde sineklik telleri bulunacaktır.
- Bay ve bayanlara ait aynalı, lavabolu, sıvı sabunlu yeteri kadar tuvalet bulunacaktır.

### ***Üçüncü Sınıf Lokantalar;***

- Ustalık belgesi bulunan en az bir aşçı bulunacaktır.
- Mutfak; hazırlama, pişirme ve bulaşık yıkama yeri olmak üzere üç bölümden oluşacaktır.
- Zemin, seramik, mermer veya mozaik gibi kolay temizlenebilir, yıkanabilir ve dezenfekte edilebilir sert malzeme ile kaplı olacaktır.
- Havalandırma, en azından aspiratörle sağlanacaktır.
- Bay ve bayanlara ait aynalı, lavabolu, sıvı sabunlu yeteri kadar tuvalet bulunacaktır.

### Ek 3: Sultanahmet Destinasyonundaki Otel İşletmelerini Tanıtıcı Bilgiler

#### Turizm Belgeli Konaklama İşletmeleri

Sıra No	Tesisin Adı	Yıl	Sahip	Türü
1	Romance Otel	2006	Anonim Şirket	Butik
2	Acropol Otel	2002	Limitet Şirket	Özel Belgeli
3	Alzer Otel	1987	Limitet Şirket	Özel Belgeli
4	Almira Palace Otel	2008	Limitet Şirket	Özel Belgeli
5	Antea Otel	2007	Limitet Şirket	Özel Belgeli
6	Arena Oteli	2001	Limitet Şirket	Özel Belgeli
7	Armagrandi Spina Otel	2006	Şahıs İşletmesi	Özel Belgeli
8	Ayasofya Otel	1996	Şahıs İşletmesi	Özel Belgeli
9	Ayasofya Pansiyonları	1993	Limitet Şirket	Özel Belgeli
10	Barcelo Saray Otel	2000	Limitet Şirket	Özel Belgeli
11	Citadel Otel	1992	Anonim Şirket	Özel Belgeli
12	Daphnis Oteli	2000	Limitet Şirket	Özel Belgeli
13	Empire Palace Oteli	2004	Limitet Şirket	Özel Belgeli
14	Eresin Crown Oteli	1998	Anonim Şirket	Özel Belgeli
15	Erguvan Otel	2006	Limitet Şirket	Özel Belgeli
16	Faros Otel	2005	Anonim Şirket	Özel Belgeli
17	Fehmi Bey Otel	1997	Limitet Şirket	Özel Belgeli
18	Four Seasons Oteli	1992	Anonim Şirket	Özel Belgeli
19	Historia Oteli	1991	Anonim Şirket	Özel Belgeli
20	Mina Oteli	2001	Limitet Şirket	Özel Belgeli
21	Ottoman Hotel Imperial	2008	Limitet Şirket	Özel Belgeli
22	Poem Otel	2008	Limitet Şirket	Özel Belgeli
23	Seven Hills Otel	2002	Anonim Şirket	Özel Belgeli
24	Sultanahmet Sarayı Oteli	2001	Anonim Şirket	Özel Belgeli
25	Sultanahmet Sarnıç Oteli	2002	Limitet Şirket	Özel Belgeli
26	Sultanhan Oteli	2006	Anonim Şirket	Özel Belgeli
27	Sümengen Oteli	1987	Şahıs İşletmesi	Özel Belgeli
28	Tan Otel	2006	Limitet Şirket	Özel Belgeli
29	The Amisos Otel	2002	Anonim Şirket	Özel Belgeli
30	Uyan Otel	1997	Limitet Şirket	Özel Belgeli
31	Yeşilev Otel	1985	T.T.O. Kurumu	Özel Belgeli
32	Yusuf Paşa Konağı	2008	Limitet Şirket	Özel Belgeli
33	Onur Alpozan Oteli	2001	Limitet Şirket	Özel Belgeli
34	Amore Otel	2008	Limitet Şirket	Bir Yıldızlı
35	Dempa Oteli	1986	Şahıs İşletmesi	Bir Yıldızlı
36	Erkuş Oteli	2005	Limitet Şirket	Bir Yıldızlı
37	Nobel Oteli	1980	Şahıs İşletmesi	Bir Yıldızlı
38	Oskar Oteli	1981	Şahıs İşletmesi	Bir Yıldızlı
39	Prima Oteli	1984	Şahıs İşletmesi	Bir Yıldızlı
40	Ray Otel	2008	Limitet Şirket	Bir Yıldızlı
41	Yeni Orkide Otel	2007	Şahıs İşletmesi	Bir Yıldızlı
42	Akkuş Oteli	1999	Şahıs İşletmesi	İki Yıldızlı
43	Aspen İstanbul Oteli	2008	Anonim Şirket	İki Yıldızlı
44	Beyce Otel	2004	Şahıs İşletmesi	İki Yıldızlı
45	Bilinç Oteli	1988	Anonim Şirket	İki Yıldızlı
46	Birbey Oteli	1987	Anonim Şirket	İki Yıldızlı
47	Büyük Keban Otel	2006	Anonim Şirket	İki Yıldızlı
48	Çakmak Otel	1998	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
49	Avicenna Oteli	2005	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
50	Celal Sultan Oteli	1997	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
51	Delta Oteli	1986	Anonim Şirket	İki Yıldızlı

52	Diana Oteli	1984	Şahıs İşletmesi	İki Yıldızlı
53	Eminönü Denizli Otel	2008	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
54	Eriş Oteli	2004	Şahıs İşletmesi	İki Yıldızlı
55	Grand Mark Oteli	2005	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
56	Grand Pan Oteli	2003	Şahıs İşletmesi	İki Yıldızlı
57	Grand Reis Oteli	2006	Şahıs İşletmesi	İki Yıldızlı
58	Grand Rossa Otel	2008	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
59	History Oteli	1991	Anonim Şirket	İki Yıldızlı
60	Inter İstanbul Oteli	1985	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
61	İpek Palas Oteli	1952	Anonim Şirket	İki Yıldızlı
62	Kuran Otel	2003	Anonim Şirket	İki Yıldızlı
63	Life Inn Otel	2009	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
64	Marme Otel	2004	Limitet şirket	İki Yıldızlı
65	Mirilaion Oteli	1989	Şahıs İşletmesi	İki Yıldızlı
66	Niles Otel	2007	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
67	Nimay Oteli	2004	Şahıs İşletmesi	İki Yıldızlı
68	Orbay Oteli	2004	Şahıs İşletmesi	İki Yıldızlı
69	Öz Pigal Oteli	2003	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
70	Özpinar Otel	2002	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
71	Özvilla Oteli	2001	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
72	Paragon Otel	2006	Limitet şirket	İki Yıldızlı
73	Pisa Oteli	1986	Limitet Şirketi	İki Yıldızlı
74	Pluton Otel	2004	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
75	Rio Oteli	1984	Şahıs İşletmesi	İki Yıldızlı
76	River Oteli	2005	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
77	Sağcanlar Oteli	1997	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
78	Sağlam Otel	2008	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
79	Santa Sophia Oteli	2001	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
80	Saray Oteli	2002	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
81	Side Oteli	1972	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
82	Sunshine Oteli	1992	Anonim Şirket	İki Yıldızlı
83	Sunlight Oteli	1998	Anonim Şirket	İki Yıldızlı
84	The Newport Oteli	2002	Limitet Şirket	İki Yıldızlı
85	Yaztur Oteli	1991	Anonim Şirket	İki Yıldızlı
86	Alahan Otel	2008	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
87	Altınışik Oteli	2001	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
88	Arcadia Oteli	2002	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
89	Askoç Otel	2004	Anonim Şirket	Üç Yıldızlı
90	Avlonya Oteli	1989	Anonim Şirket	Üç Yıldızlı
91	Barın Oteli	1981	Anonim Şirket	Üç Yıldızlı
92	Benler Oteli	1984	Şahıs İşletmesi	Üç Yıldızlı
93	Beylik Otel	2003	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
94	Blue House Oteli	1998	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
95	Büyük Koza Oteli	1996	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
96	Carlton Otel	2007	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
97	Erboy Oteli	1987	Anonim Şirket	Üç Yıldızlı
98	Gold Oteli	1987	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
99	Golden Crown Otel	2003	Anonim Şirket	Üç Yıldızlı
100	Grand Aşiyar Oteli	1999	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
101	Grand Emin Otel	2002	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
102	Grand Hillarium Oteli	2003	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
103	Grand Liman Oteli	2008	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
104	Grand Liza Otel	2006	Şahıs İşletmesi	Üç Yıldızlı
105	Grand Madrid Oteli	2002	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
106	Grand Medya Oteli	1996	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
107	Grand Milan Oteli	2009	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı

108	Grand Ons Oteli	2003	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
109	Grand Ünal Oteli	2009	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
110	Grand Vaşington Oteli	1986	Anonim Şirket	Üç Yıldızlı
111	Grand Vatan Oteli	2005	Şahıs İşletmesi	Üç Yıldızlı
112	İkbal Oteli	2009	Anonim Şirket	Üç Yıldızlı
113	Intersport Oteli	2004	Şahıs İşletmesi	Üç Yıldızlı
114	İstanbul Ephesus Oteli	2006	Anonim Şirket	Üç Yıldızlı
115	Konfort 2 Life Oteli	2007	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
116	Martinez Oteli	1989	Anonim Şirket	Üç Yıldızlı
117	Orient Mintur Oteli	1991	Anonim Şirket	Üç Yıldızlı
118	Nena Oteli	1998	Şahıs İşletmesi	Üç Yıldızlı
119	Pierre Loti Oteli	2007	Anonim Şirket	Üç Yıldızlı
120	Prestige Oteli	1987	Anonim Şirket	Üç Yıldızlı
121	Salda Oteli	1994	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
122	Samir Oteli	2001	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
123	Seres Oteli	1997	Anonim Şirket	Üç Yıldızlı
124	Söğüt Oteli	1988	Anonim Şirket	Üç Yıldızlı
125	Sultan Oteli	1987	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
126	Washington Oteli	1971	Limitet Şirket	Üç Yıldızlı
127	Yüksel Oteli	2004	Şahıs İşletmesi	Üç Yıldızlı
128	All Seasons Oteli	1998	Şahıs İşletmesi	Dört Yıldızlı
129	Armada Oteli	1992	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
130	Aziyade Oteli	1988	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
131	Baron Oteli	1985	Şahıs İşletmesi	Dört Yıldızlı
132	Berr Oteli	2002	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
133	Black Bird Oteli	2004	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
134	Büyük Şahinler Oteli	1989	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
135	Grand Beyazıt Oteli	2007	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
136	Çara Oteli	2003	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
137	Grand Yavuz Oteli	1989	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
138	İstanbul Antik Oteli	1989	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
139	İstanbul Royal Oteli	2003	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
140	Kent Oteli	1964	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
141	Mosaic Oteli	1987	Limitet Şirket	Dört Yıldızlı
142	Oran Oteli	1998	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
143	Orsep Royal Oteli	2007	Limitet Şirket	Dört Yıldızlı
144	Özmen Oteli	1989	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
145	Prince Oteli	1998	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
146	Ramada Oteli	1989	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
147	Senatör Oteli	1990	Limitet Şirket	Dört Yıldızlı
148	The President Oteli	1986	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
149	Yaşmak Sultan Oteli	1996	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
150	Yiğitalp Oteli	1988	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
151	Zürih Oteli	1978	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
152	Kalyon Oteli	1965	Anonim Şirket	Dört Yıldızlı
153	Lady Diana Oteli	2007	Limitet Şirket	Dört Yıldızlı

**Kaynak:** İstanbul İl ve Kültür Turizm Müdürlüğü

**Belediye Belgeli Konaklama İşletmeleri**

Sıra No	Tesisin Adı	Yıl	Sahip	Türü
1	Arasta Otel	1989	Şahıs İşletmesi	3. Sınıf
2	Ahi Otel	1989		
3	Park Otel	1989		
4	Olimpiyat Otel	1990		
5	Turkoman Otel	1990		
6	Cantur Otel	1992	Şahıs İşletmesi	3. Sınıf
7	Koç Otel	1992	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
8	Halı Otel	1994	Şahıs İşletmesi	3. Sınıf
9	Sidera Otel	1996	Limitet Şirket	3. Sınıf
10	Özay Otel	1997	Limitet Şirket	3. Sınıf
11	Tayhan Otel	1994	Anonim Şirket	3. Sınıf
12	Yavuz Pansiyon	1996	Şahıs İşletmesi	3. Sınıf
13	Sarıkonak Otel	1996		
14	Gül Otel	1992	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
15	Antik Kuğu	1998	Şahıs İşletmesi	3. Sınıf
16	Karacabay Otel	2000	Şahıs İşletmesi	3. Sınıf
17	Süreyya Otel	2000	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
18	Maycan Otel	2000	Limitet Şirket	3.Sınıf
19	Falkon Otel	2000	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
20	Demet Otel	2000	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
21	İstiklal Otel	2000	Anonim Şirket	3.Sınıf
22	Kervan Otel	2000	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
23	Dinar Otel	2000	Anonim Şirket	3.Sınıf
24	Orient Express Otel	2000	Limitet Şirket	3.Sınıf
25	Belde Otel	2000	Anonim Şirket	3.Sınıf
26	Almina Otel	2000	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
27	Karakoca Otel	2000	Limitet Şirket	3.Sınıf
28	Medya Oteli	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
29	Moonlight Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3. Sınıf
30	Meram Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
31	Sultans Inn Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
32	Grand Seigneur Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
33	Özsa Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
34	Merdan Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
35	Asya Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
36	Erdem Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
37	Çağyigit Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
38	Güngör Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
39	Şehir Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
40	Fahri Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
41	Safir Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
42	Senem Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
43	Alpin Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
44	Fahri-2 Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
45	Davos-2 Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
46	Yeni Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
47	Antigu Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
48	Akçınar Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
49	Seven Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
50	Empress Zoe	2001	Şahıs İşletmesi	3. Sınıf
51	Kervan Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
52	Monaco Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf

53	Lyon Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
54	Büyük Şehzade Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
55	Emek Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
56	Arsenal Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
57	Petrol Otel	2001	Limitet Şirket	3.Sınıf
58	İlknur Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3. Sınıf
59	Çelik Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
60	Tekin Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
61	Ambassador Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
62	Akdeniz Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
63	Side Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
64	Nayla Palace Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
65	Sipahi Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
66	İlkay Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
67	Terrace Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
68	Çetin Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
69	Kybele Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
70	Kybele Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
71	Antik İpek Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
72	Saba Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
73	İncipalas Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
74	Akçabat Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
75	Gülhane Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
76	Alaturka Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
77	Berk Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3. Sınıf
78	Şirin Palas Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
79	Turvan Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
80	Cem Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3. Sınıf
81	Obelisk Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
82	Aşkın Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
83	İstanbul Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
84	Pamplyia	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
85	Sur Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
86	Sultan Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
87	Taşkonak Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
88	Sarı Konak Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
89	Spina Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
90	Naz Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
91	Yunus Emre Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
92	Şan Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
93	Star Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
94	Atlantis Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
95	Montenegro Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
96	Nomade Otel	2001	Anonim Şirket	3.Sınıf
97	Bazaar Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
98	Alemdar Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
99	Özbekler Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
100	Valide Sultan Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
101	Cordial House Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
102	Star Holiday Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
103	Artan Otel	2001	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
104	Rose Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
105	Ağan Otel	2002	Vakıf İşletmesi	3.Sınıf
106	Best Hipodrom	2002		
107	Çevre Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
108	Elena Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf

109	Halı-2 Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
110	Sultan Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
111	Üçkardeşler Otel	2002		
112	Artefes Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
113	Spectra Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
114	Merih Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
115	Türkmen Otel			
116	Türkmen Otel	2002		
117	Yeni Aydın Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
118	Megastar Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
119	Anadolu Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
120	Albion Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
121	Şahinler Otel	2002	Limitet Şirket	3.Sınıf
122	Landini Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
123	Isparta Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
124	Emine Sultan Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
125	Paris Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
126	Oba Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
127	Nazwooden House Otel	2002		
128	Turkuaz Otel	2002		
129	Hanedan Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
130	Pierloti Otel	2002		
131	Yaşık Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
132	Han Otel	2002		
133	Peninsula Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
134	Yörük Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
135	Apexs Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
136	Gül Sultan Oteli	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
137	Zeugma Oteli	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
138	Maf Otel	2002	Şahıs İşletmesi	3.Sınıf
139	Alanya Otel	2005		
140	Alp Guesthouse	2005		
141	And Otel	2005		
142	Tria Otel			
143	Hipodrom Oteli	2005		
144	Park 2 Otel	2005		
145	Marmara Guesthouse	2005		
146	Hippodrome Otel	2006		
147	Akvaryum Otel	2006	Şahıs İşletmesi	3.sınıf
148	Konfort Otel	2006	Limitet Şirket	3.Sınıf
149	Ada Otel	2006		
150	Adora Otel	2006		
151	Acropol Otel	2006		
152	Artefes Otel	2006		
153	Daphne Otel	2006		
154	Dersaadet Otel	2006		
155	Erguvan Otel	2006		
156	Ersu Otel	2006		
157	Sultan Hill	2006		
158	Sultanahmet Otel	2006		
159	Şamil Otel	2006		
160	Umay Otel	2006		
161	Megara Otel	2006		
162	Adamar Otel			
163	Amiral Palace Otel			
164	Amisos Otel			

165	Angel's Home Otel			
166	Aslan Otel			
167	Arden Otel			
168	Aruna Otel			
169	Best Point Otel			
170	Best Western Premier Regency Suites			
171	Darussade Oteli			
172	Empress Zoe Oteli			
173	Erten Konak Oteli			
174	Garden House Oteli			
175	The Byzantium Otel			
176	Zeynep Sultan Oteli			
177	Antis Otel			
178	Dongyang Otel			
179	Albatros Otel			
180	Ares Otel			
181	İshak Paşa Otel			
182	Medusa Otel			
183	Alaaddin Otel			
184	İbrahim Paşa Oteli			

**Kaynak:** Fatih Belediyesi



#### Ek 4: Anket Formu

### BUTİK ANLAYIŞIYLA HİZMET SUNAN KÜÇÜK OTELLERİN SORUNLARI VE PERFORMANSLARINA ETKİLERİ : SULTANAHMET ÖRNEĞİ

Sayın Yönetici;

Bu araştırma İstanbul Sultanahmet destinasyonundaki küçük otel işletmelerinin mevcut durumlarını görmek ve sorunlarını tespit etmek amacıyla yapılmaktadır. Sağlıklı bilgiler elde edilebilmesi için akademik camiada sizlerin mesleki tecrübeleriniz büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda bir yüksek lisans tez çalışmasında veri toplamak için sizlerin bilgi ve tecrübelerinize ihtiyaç duymaktayız. Bu anket çalışmasından elde edilecek bilgiler isme bağlı olarak açıklanmayacaktır ve başka bir amaçla kesinlikle kullanılmayacaktır. Çalışmaya verdiğiniz destek için şimdiden sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Saygılarımla.

Arş. Gör. Meral AKYÜZ

Nevşehir Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Programı

50300 NEVŞEHİR

Tlf: 0 384 215 20 09- 1573 Fax: 0 384 215 20 10

E-posta: [akyuzmeral@hotmail.com](mailto:akyuzmeral@hotmail.com) – [meral.akyuz@nevsehir.edu.tr](mailto:meral.akyuz@nevsehir.edu.tr)

**Not:** Bu araştırma sonuçlarının tarafınıza ulaşmasını istiyorsanız lütfen bu alana e-posta adresinizi yazınız:

*Aşağıda küçük otellerin yönetim ve örgüt yapısı, personel, finansal durumu, pazarlama ve fiziki yapısıyla ilgili bazı ifadeler yer almaktadır. Bu ifadelere katılım derecenize göre boşlukları işaretleyiniz.*

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Kesinlikle Katılıyorum
1. İşletmede yetki devri mekanizması etkin bir şekilde işler.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
2. İşletmede hesap verilebilirlik ve şeffaflık için kurumsal yönetim anlayışı benimsenmiştir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
3. İşletme değişen koşullara uyum konusunda esnek bir yapıya sahip değildir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
4. İşletmede geleceğe dair uzun vadeli planlama yapılamamaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
5. İşletmenin misyon ve vizyonu belirlenmiştir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
6. İşletmede iş bölümü ve uzmanlaşma yetersizdir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
7. Departmanlardaki iş yükü herkese eşit olarak dağıtılmıştır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
8. İşletmenin tüm politikaları tek kişi tarafından belirlenmektedir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
9. İşletmede karar verilirken işgörenlerin görüşlerine başvurulur.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
10. İşletmede yetki ve sorumluluklar açık bir şekilde belirlenmiştir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
11. İşletmede kontrol işlevi genelde üst yönetim tarafından yerine getirilir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
12. İşletme profesyonel bir yönetici tarafından yönetilmektedir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne	Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
13. İşletmenin yönetim ve karar organlarında aile bireyleri hâkimdir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
14. Çalışanlar yeterli iş bilgisine sahiptir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
15. Personel tedariki konusunda herhangi bir sorunla karşılaşılmamaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
16. Çalışanlar hak ettiği ücreti alabilmektedir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
17. İşletmede çok sık personel değişmektedir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
18. Uzun vadede nitelikli personeli işletmede tutmakta güçlük çekilmektedir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
19. Düşük ücret nedeniyle yetişen personel büyük işletmelere transfer olmaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
20. Çalışma ortamından kaynaklanan sorunlardan dolayı personel işten ayrılmaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
21. Yükselme olanaklarının sınırlı olmasından dolayı personel işten ayrılmaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
22. Aşırı iş yükünden dolayı personel işten ayrılmaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
23. İş tanımlarının yapılmaması nedeniyle personel işi etkin ve verimli yapmamaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
24. Personel seçiminde kişinin turizm eğitimi almış olması önemlidir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
25. Personel seçiminde kişinin sektördeki iş deneyimi önemlidir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
26. Personel seçiminde kişinin yabancı dil bilgisi önemlidir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
27. Personel seçiminde kişinin uzun vadeli çalışmaya istekli olması önemlidir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
28. Personel seçiminde referanslar ve tanıdıkların yönlendirmesi önemlidir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
29. Personelin güvenliği ve sağlığı konusunda garanti verilmektedir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
30. İşletmede kısa vadede nakit sıkıntısı çekilmektedir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
31. İşletmenin satışına aracılık ettiği hizmetler( turlar, araç gezileri vb.) vardır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
32. Teminat ve yüksek faiz nedeniyle kredi temininde güçlük çekilmektedir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
33. Turizme yönelik teşviklerden yararlanılamamaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
34. Satın alma, istihdam, stok, tanıtım gibi giderlere ayrılan bütçe dar kapsamlıdır ve uzun vadeli planların risk oranı yüksektir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
35. İşletmede hammadde ve işçilik maliyetleri yüksektir (enerji maliyetleri, yüksek faizler ve döviz riski vs).	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
36. İşletme, ürün ve hizmetlerini pazarlama sorunu yaşamaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	
37. İşletme halkla ilişkiler ve reklamdan en optimal biçimde yararlanmaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
38. İşletme, periyodik olarak ürün ve hizmetlerine yönelik talep ve pazar araştırması yapmaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
39. İşletme seyahat acentaları ve tur operatörleri gibi aracı kuruluşlardan yeteri kadar yararlanamamaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
40. İşletme kendine özgü yeni ürün ve hizmetler geliştirir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
41. İşletme müşteri ilişkileri yönetiminde internetten etkin bir şekilde yararlanır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
42. Ülkenin imajı ürün ve hizmetlerin yabancı müşterilere sunumunu etkiler.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
43. İşletme ve ürünleri bir marka niteliğindedir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
44. Müşterilerin konforu ve rahatlığı için işletme gerekli alt yapıya ( asansör, dinlenme alanları, teras...vb) sahiptir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
45. İhtiyaç olunduğu anda otelin fiziksel yapısında değişikliğe gidilebilmektedir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
46. İşletme çalışma şartları, yer, aydınlatma, ısıtma vb. yönlerden yeterlidir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
47. Çalışma alanlarının darlığı nedeniyle hizmetin sunumunda zaman zaman sıkıntı yaşanılmaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
48. Otel rezervasyonu ve tanıtım için web sitesi bulunmaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
49. Pazar payında rakiplere göre sürekli üstünlük sağlayabiliyoruz.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
50. Karlılığımız rakiplere göre sürekli artmaktadır.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
51. Satışlarımızda sürekli artış gözlemlenmektedir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
52. Piyasada müşteri tatmini ve bağlılığı temin edebiliyoruz.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
53. Ürün ve servis kalitemiz sürekli artış eğilimindedir.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
54. Hammadde, işçilik vb. maliyetlerimizde düşüşler sağlayabiliyoruz.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
55. Yeni ürün geliştirme konusunda rakiplerden daha hızlıyız.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )

**İŞLETMENİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN SORULAR**

1. İşletmenizin faaliyet süresi:  1 yıldan az  1-5 yıl  6-10 yıl  11-15 yıl  15 yıldan fazla
2. İşletmedeki oda sayısı :  10dan az  11-20  21-30  30dan fazla
3. İşletmedeki yatak sayısı:  10dan az  11-25  26-35  36-45  45ten fazla
4. İşletmenizdeki çalışan sayısı:  5ten az  6-10  11-15  16-20  20den fazla
5. İşletmenizdeki turizm mezunu çalışan sayısı:  
 5ten az  6-10  11-15  16-20  20den fazla
6. İşletmeniz hangi kategoriye girmektedir?  
 Turizm Belgeli Butik Otel  Belediye Belgeli Butik Otel  Özel Belgeli Butik Otel
7. İşletmenin yönetimi kim(ler) tarafından gerçekleştirilmektedir?  
 İşletme sahipleri  Profesyonel yöneticiler  Sahip ve profesyonel yöneticiler
8. İşletmenin hukuki yapısını belirtiniz?  
 Şahıs İşletmesi  Limitet Şirket  Anonim Şirket  Aile Şirketi

**ANKETİ CEVAPLAYAN KİŞİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN SORULAR**

9. Cinsiyetiniz:  Kadın  Erkek
10. Yaşınız:  20 ve aşağı  21-30 arası  31-40 arası  41-50 arası  50 ve üstü
11. Medeni durumunuz:  Evli  Bekâr
12. Eğitim Durumunuz:  İlköğretim  Lise  Ön lisans  Lisans  Lisansüstü
13. Anketi cevaplayanın işletmedeki pozisyonu:.....
14. Turizm sektöründe kaç yıldır çalışmaktasınız?  
 1 yıldan az  1-4 yıl  5-8 yıl  9-12 yıl  13-15 yıl  15 yıldan fazla
15. Turizm eğitimi aldınız mı?  
 Evet  Hayır
16. Cevabınız evet ise, hangi düzeyde eğitim aldınız?  
 Turizm sertifika eğitimi  
 Turizm lise  
 Turizm önlisans(2yıllık yüksekokul)  
 Turizm lisans ( 4 yıllık)  
 Turizm lisansüstü

*Ekleme İstedığınız Görüşlerinizi Aşağıya Yazabilirsiniz!*

## ÖZGEÇMİŞ

1981 tarihinde İstanbul'da doğan Meral AKYÜZ, ilk, orta ve lise öğrenimini İstanbul'da tamamlamış, 1999-2003 yıllarında Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik bölümünde lisans eğitimini birincilikle bitirmiştir. 2007 yılında Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında Yüksek Lisans Öğrencisi olarak lisansüstü eğitimine başlamıştır.

Ayrıca lisans eğitimini tamamladıktan sonra Sultanahmet destinasyonundaki küçük ölçekli bir konaklama işletmesinde 5 yıl boyunca Önbüro Müdürü olarak çalışmış aynı zamanda İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulunda bazı turizm derslerine girerek turizm eğitimi vermiştir. Nisan-2009 itibarıyla Nevşehir Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümünde Araştırma Görevlisi olarak göreve başlamış ve halen bu görevine devam etmektedir.