

## TÜRKİYE'DE BUTİK OTEL İŐLETMECİLİĐİNİN MEVCUT DURUMU: İZMİR ÖRNEĞİ

### CURRENT SITUATION OF BOUTIQUE HOTEL MANAGEMENT IN TURKEY: THE CASE OF IZMİR

Dr. Tuğba PALA, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İŞletmeciliği Bölümü, tugbapala82@gmail.com

Yard. Doğ. Dr. ÖvünĐ BARDAKOĞLU, Dokuz Eylül Üniversitesi, Seferihisar Fevziye Hepkon Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Turizm İŞletmeciliği Bölümü, ovunc.bardakoglu@deu.edu.tr

#### Öz

*Bu çalışmanın amacı, İzmir'de bulunan butik hizmet veren konaklama işletmelerinden hareketle Türkiye'de butik otel kavramının tanım ve özelliklerini, örgüt yapılarını, yönetim anlayışlarını ve kuruluş aşamasında karşılaşılan zorlukları belirlemeye çalışmaktır. Bu doğrultuda İzmir'de faaliyet gösteren 18 butik hizmet sunan küçük konaklama işletme sahibi/yöneticisi ile yüz yüze mülakat tekniği ile görüřülmüŐ, elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuŐtur. Otel sahipleriyle/yöneticileriyle görüşülmesinin nedeni, butik otel kavramı ile ilgili algılarının sektör ve yönetim tecrübelerinden faydalanılarak tespit edilmek istenmesidir. Bu alışma, Bakanlık butik otel tanımının tekrar gözden geçirilmesi gerekliliğine vurgu yapması açısından önem taşımaktadır. Ayrıca butik otel iŐletmelerini merkeze alan bu araştırma yönetim ve turizm literatürüne katkı sağlayacaktır.*

**Anahtar Kelimeler:** Butik Otel, Yönetim, Örgüt Yapısı, İzmir

#### Abstract

*The purpose of this study is to determine definitons and features of boutique hotel concept, organization structures, management mentalities and encountered difıculties at establishment phase of boutique hotels in Turkey with reference to hospitality organisations located in Izmir that provide service as a boutique hotel. Accordingly, 18 owners/managers of small hospitality organizations which provide boutique service have been interviewed face-to-face, and content analysis has been applied to these collected data. The reason of making an interview with managers is to determine their perception about the concept of boutique hotel by drawing upon their industrial and managerial experiences. This study has an importance with regards to emphasizing the necessity of reconsideration of the ministerial boutique hotel definition. Furthermore, this research which focus on boutique hotels will contribute to management and tourism literature.*

**Key Words:** Boutique Hotel, Management, Organization Structure, Izmir

## 1.GİRİŞ

Turizm olayının gelişmesi ile birlikte insanların yer değiştirmelerinden kaynaklanan geçici konaklama ihtiyaçları ortaya çıkmıştır. Hanlar ve kervansaraylar olarak görülen ilk konaklama işletmeleri geçen zaman ve değişen tüketici eğilimleri ile birlikte gelişme göstermiştir (Usta, 2008: 2). Günümüze gelindiğinde, lüks ve büyük işletmelerden ev pansiyonculuğuna kadar çok geniş bir yelpaze içinde tüketicinin tercih edebileceği birbirinden farklı büyüklük ve fiyatta konaklama işletmesi mevcuttur (Olalı ve Korzay, 1993: 31). Bu kadar fazla seçeneğin varlığı işletme sahip ve yöneticilerini pazar paylarını korumak adına (İçöz, 2001: 28) zorlamaktadır. Değişen turizm eğilimleri, turist taleplerindeki farklılaşma, sertleşen rekabet koşulları işletmelerin farklı ürün ve hizmet sunumuna yönelmesini zorunlu kılmaktadır. Butik hizmet sunan konaklama işletmeleri de bu noktada devreye girerek kişiye özel ve kaliteli hizmet sunumu ile turizm sektörüne farklı bir anlayış getirmektedir.

Türkiye modern tesislere, zengin ve özgün kaynaklara sahip olmasına rağmen ürün çeşitliliğinin az olması ve yatırımların bölgesel olarak yoğunlaşması nedeniyle, turizm gelişiminde sınırlı kalmaktadır. Butik konaklama işletmeleri, buldukları yörenin mimari yapısına ve doğal dokusuna uygun inşa edilmeleri ya da tarihi mekânların restore edilerek turizme kazandırılmaları yolu ile yerel yaşam tarzını ve ruhunu yansıtarak turizmin çeşitlenmesine ve dolayısı ile gelişimine katkı sağlamaktadır.

Genellikle Türkiye’de butik oteller üzerinde çalışma yapan araştırmacılar, çalışmalarında değişkenler arasındaki ilişkileri butik otel çalışanları, müşterileri, yöneticileri veya sahipleri üzerinde test etmiştir. Ancak Türkiye’de butik otel kavramının tam olarak ne olduğunu ve nasıl anlaşıldığını, butik otellerin ne gibi özelliklere sahip olduğunu ve örgütsel yapılarını araştıran sınırlı sayıda araştırmaya rastlanmıştır. Bu araştırmalardan biri, Aykol ve Zengin (2014)’ in ülkemizde giderek sayılarını arttıran butik otel tipolojilerini tanımlamaya çalıştıkları araştırmalarıdır. Aykol ve Zengin (2014) çalışmalarında, butik oteller ve yeni gelişen tipolojiler hakkında alan yazını tarayarak butik otel tipolojisine giren otellerin tanımlarını belirlemiştir. Bir diğer çalışma ise, Buyruk ve Eren (2012)’ in Nevşehir’deki butik konaklama hizmeti veren otel çalışanlarının butik otel kavramı, özellikleri ve hizmetleri ile ilgili algılarını araştıran çalışmalarıdır. Buyruk ve Eren (2012) butik hizmet veren otel çalışanlarının butik otel kavramı, özellik ve hizmet algılarında demografik özelliklerin etkili olup olmadığını, bu özelliklere göre butik otel çalışan algılarının farklılaşıp farklılaşmadığını araştırmıştır. Buyruk ve Eren (2012) butik otel çalışanların butik otel kavramı, özellik ve hizmet algılarının çalışanların demografik özelliklerine göre (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, sektörde çalışma yılı ve turizm eğitimi alma gibi) farklılaşmadığını ancak yönetici ile diğer pozisyonlarda çalışanlar arasında anlamlı bir farklılık olduğunu bulmuştur. Bunun nedenini, Kapadokya bölgesinde yer alan butik otel yöneticilerinin aynı zamanda otel sahibi ve diğer çalışanlara göre butik otel kavramı, özellikleri ve hizmet algıları konularında daha bilinçli ve bilgi sahibi olmalarıyla açıklamaktadırlar.

Bu çalışmada butik hizmet veren bir otelin hizmet anlayışı ve özelliklerinin en önemli belirleyicilerinin otel yönetici ve/veya sahipleri olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle mevcut çalışmada butik hizmet veren otel yöneticisi ve/veya sahiplerinin butik otel kavramı ve

özellikleri ile ilgili algıları saptanmaya çalışılmaktadır. Çünkü özellikle butik hizmet veren konaklama işletmeleri, kitle turizmine yönelik olan büyük otellere oranla daha az personel çalıştırmaktadır ve butik hizmet veren otel sahibinin/yöneticisinin tüm çalışanları ile iletişim halinde olması gerekmektedir. Butik otel sahibinin/yöneticisinin butik kavramı ve butik otel özellikleri ile ilgili algısının hizmet kalitesi açısından oldukça önemli olduğu düşünüldüğünden butik hizmet veren otel sahipleri/yöneticileri ile görüşmeler yapılmıştır. Böylelikle bu çalışma ile Türkiye'deki butik otellerin tanımı, özelliklerinin neler olduğu ve örgütsel yapıları ve yönetim anlayışları ile ilgili konulardaki belirsizlikler giderilmeye çalışılmaktadır. Bu belirsizliklerin giderilmesi, hem butik otelleri tercih eden müşterilerin otel seçimlerini kolaylaştırmak hem de otellerdeki misafirlerin hangi özellikleri dikkate alarak butik otelleri tercih ettiğini ve otel sahibinin/yöneticisinin müşteri memnuniyetlerini sağlamak amacı ile otellerinin hangi özelliklerini güçlü tutmaları gerektiğini belirlemek açısından önemlidir.

Ayrıca bu çalışmada, butik konaklama hizmeti veren bir işletmenin kuruluş aşamasında karşılaşılan zorluklar ve alınan teşviklerin neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Her tipteki konaklama işletmesinde olduğu gibi küçük konaklama işletmelerinde de yönetim sorunları görülmektedir. Büyük işletmelerden farklılaşan küçük işletmelerin yönetim anlayışlarının da kendilerine özgü olduğu bir gerçektir. Görüşülen yöneticilere bu konudaki fikirleri de sorularak bu farklılıklar belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bilgilerin saptanması butik konaklama hizmeti verecek olan veya hali hazırda veren işletmelerin ne gibi hususlara dikkat etmesi gerektiği konusunda yol gösterici olacaktır.

## 2.OTEL SINIFLANDIRMASI

DEHOGA (Alman Otel ve Restoran Kurumu), oteller ile ilgili sınıflandırmanın hem otel müşterileri hem de otel işletmecileri için anlamlı olduğunu vurgulamaktadır. Otel müşterisi sınıflandırma sayesinde otelin sunduğu imkanların belirli koşullarda olmasını beklemekte ve bu koşullar doğrultusunda ödeyeceği paranın güvenilirliğinin ve şeffaflığının sağlandığını düşünmektedir. Öte yandan otel işletmecileri için sınıflandırma ise bir reklam veya pazardaki konumlarını belirleme aracıdır. Bu sınıflandırma sistemi devlet tarafından ya da gönüllüler (İsviçre'de ki gibi bazı durumlarda) tarafından sağlanmaktadır. Otel sınıflandırmaları daha ziyade tesisin fiziksel özellikleri, hizmet sayısı ile ilgilenmektedir ve bu göstergeler genellikle otelin kalitesi hakkında sınırlı bilgi vermektedir. Holloway (1994), otel sınıflandırmasının otel kalitesini yansıtacağına inanan müşterilerde hayal kırıklığına neden olduğunu söylemektedir (Cser ve Ohuchi, 2008: 379).

Türkiye'de konaklama işletmeleri turizm işletme belgeli ve belediye belgeli olmak üzere iki temel grupta değerlendirilmektedir (Kozak vd., 1998: 12). Turizm işletme belgeli konaklama işletmeleri, dünya standartları çerçevesinde mimarisi, donanımı ve hizmet birimleri göz önüne alınarak sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma bakanlığın ölçütlerine göre işletmelerin toplam puanları dikkate alınmaktadır. Butik konaklama işletmeleri "Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine İlişkin Yönetmelik" in Özel Tesisler kısmında tanımlanmakta ve bu şekilde sınıflandırmaya tabi tutulmaktadır. Literatürde yer alan butik otel tanımı ve

özelliklerine, ayrıca bakanlığa göre butik otelin nasıl tanımlandığına, ne gibi özellikler taşıması gerektiği ile ilgili kararlarına değinilmesi gerekmektedir.

### 2.1. Butik Oteller

Oxford sözlüğüne bakıldığında butik otel, genellikle moda bir şehirde konumlanan küçük tarz sahibi otel olarak tanımlanırken Cambridge Sözlüğünde ise bir zincire bağlı olmayan küçük, tarz sahibi moda uygun otel olarak tanımlanmaktadır. TDK ya göre ise, “seçkin müşterileri için kendilerini evlerinde hissedebilecekleri konforu sağlayan, oda sayısı az, şık bir otel türüdür”

Literatürde, çeşitli araştırmacılar butik oteli tanımlamaya çalışmıştır. Tablo 1.’de araştırmacılar tarafından yapılan çeşitli butik otel tanımlarına yer verilmektedir.

Butik otel tanımının net ifade edilmemesi, butik otel niteliğinde olmayan birçok küçük konaklama işletmesinin, misafirlerine hizmet verirken kendilerini butik otel şeklinde sunmalarına neden olmaktadır.

**Tablo 1 : Butik Otel Tanımları**

Victorino ve diğerleri (2005)	Genel olarak çok çeşitli yaşam tarzı imkanları sunarken aynı zamanda minimalist ve çağdaş bir dekora sahiptir.
Van Hartesvelt (2006)	Genellikle 20-150 oda sayısına sahip, en az dört yıldızlı otel özelliklerine sahip, başarılı restoranı ile öne çıkan, özel, mimari açıdan özgün olan otellerdir.
McNeill (2009)	Özgün, tasarım odaklı, küçük ölçekli faaliyet alanına sahip otellerdir.
Freund de Klumbis (2004)	1990’larda butik otel terimi, tipik olarak 50 veya 100 odalı, Asya ve Avrupa etkisiyle bağımsız olarak döşenmiş, zincir olmayan otellerdir.
Erkutlu ve Chafra (2006)	Samimi, genellikle lüks veya ilginç otel çevresine sahip otellerdir.
Ragerson (2010)	Küçük ölçekli, yüksek kalitede ve kişisel hizmet sunan otellerdir.
Albazzaz ve diğerleri (2003)	Belirli bir temaya sahip, mimari tasarım olarak sıcak ve samimi bir ortam sağlaması ile göze çarpan , nispeten az sayıda oda sayısına sahip, pahalı ve kaliteli hizmet sunan otellerdir.
Forsgren ve Franchetti (2004)	Kendine özgü eşsiz kimlikleri, son derece çağdaş karakterlere sahip, ortalama 86 odadan oluşan otellerdir. En önemli özellikleri, ileri teknolojik çözümlerle çağdaş tasarımın birleştirildiği odalara, samimi bir misafir/çalışan ilişkisine ve eşsiz hizmet kalitesine sahip olmalarıdır.

Literatürde tek ve resmi bir butik otel tanımı bulunmamakla birlikte butik otel tanımının yapılmasının oldukça zor olduğu düşünülmektedir (Van Hartesvelt, 2006: 32). Butik otel ile ilgili bir çok tanımın hemfikir olduğu nokta, butik otellerin belirli özelliklere sahip olması

gerektiğidir. (Lim ve Endean, 2009: 38). Tablo 2’ de butik otellerde bulunması gereken özellikler ile bulunmaması gereken özellikler karşılaştırılmış ve sıralanmıştır.

**Tablo 2. Butik Otel Olmak ya da Olmamak**

Butik otel olmak	Butik otel olmamak
Özgün Moda Modern ve klas Samimi Tasarım odaklı Sıcak Tematik İleri teknolojiyi kullanan Özel hizmet veren Seçkin Deneyimsel İlham verici Heveslendiren	Eski moda Geleneksel İş oteli Standart Düşük teknoloji kullanan Basit Kişisel olmayan Herşey dahil Sıradan Farklı bir kişiliği olmayan Yaygın

Kaynak: <http://www.hvs.com/Content/3171.pdf>.

Aggett (2007), İngiltere butik otel sektöründeki büyümenin hangi faktörler tarafından etkilendiğini belirlemeye çalıştığı bir araştırma yapmıştır. Bu araştırma yaparken butik otelleri tercih eden misafirlerin bu otelleri, otellerin hangi özellikleri nedeni ile tercih ettiklerini belirlemiştir. Aggett (2007) çalışmasındaki butik otellerin tercih edilme sebepleri ile ilgili en önemli beş özelliği ve McIntosh ve Siggs (2005) çalışmasındaki en önemli beş özelliği karşılaştıran Tablo 3’ te aşağıda yer verilmiştir. Ayrıca Khosravi, Malek ve Ekiz (2014)’ in Malezya’da turistlerin neden butik otelleri tercih ettikleri ile ilgili araştırma sonuçları da Aggett (2007) ve McIntosh ve Siggs (2005)’ in çalışmalarını destekler niteliktedir.

**Tablo.3. Butik Otel Özelliklerinin Karşılaştırılması**

Aggett (2007)	McIntosh ve Siggs (2005)
Konum Hizmet Orijinallik Kişiyeye özel hizmet Temin edilen hizmetler	Konum ve bilgi/Ağırlayanın kültürü Hizmet Orijinallik Kişiyeye özel hizmet Cana yakınlık hissi

Kaynak: Aggett, M. (2007) s.171

Lim ve Endean (2009) Singapur’daki butik oteller üzerine yaptıkları araştırmada en önemli butik otel özelliklerinin, büyüklük, hizmet, bağımsızlık (bir zincire bağılı olmama) ve bireysellik (modern tasarım ve tarihi değere sahip binalar veya yerler) olduğunu tespit etmiştir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı da ‘Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’ in 43. maddesinde butik oteli tanımlamıştır. Bakanlığın tanımına ve belirlemiş olduğu butik otelin sahip olması gereken özelliklere Tablo 4.’te yer verilmiştir.

Turizm ve Kültür Bakanlığının yapmış olduğu mevcut tanım dikkate alındığında butik otelleri bakanlığın yapmış olduğu diğer otel sınıflarından ayıran en belirgin özelliklerin; butik otelin dekorasyon ve mobilyaları ile ilgili olan (a), eğitimli personel sayısını belirten (l) ve son olarak da personele ayrılan kişisel alanlar ile ilgili olan (m) maddeleri olduğu göze çarpmaktadır. Bakanlığın yapmış olduğu tanıma ve özelliklere bakıldığında da butik otelin diğer konaklama türlerinden farkı net olarak görülememektedir. Bu nedenle butik otel tanımının ne olduğu ve hangi özelliklere sahip olması gerektiği konuları ile ilgili butik otel hizmeti veren küçük otel sahiplerinin/yöneticilerinin görüşleri oldukça önemlidir. Butik otelin kendine has yapısı nedeniyle butik otel tanımı ve özelliklerinin diğer otel sınıflandırmalarından farklı olduğunun düşünülmesi ve bunun araştırılması kadar butik otellerin örgüt yapılarının, yönetim anlayışlarının, kuruluş aşamalarında yaşadıkları zorluklar veya engellerinde araştırılması önemli görülmektedir.

## **2.2.Konaklama İşletmelerinde Yönetim, Örgüt Yapısı, Yasal Bürokratik Engeller/Destekler**

Konaklama işletmelerinin güç ama en önemli işlevi yönetim olarak kabul edilmektedir. Amaca yönelik olma, insanlara (turist ve personel) yönelik olma ve dinamik süreç yönetimin temel özellikleridir (Kozak vd., 1998: 19). Bir hizmet işletmesi olmaları ve insan faktörünün önem arz etmesi konaklama işletmelerinde yönetim süreci üzerinde daha ayrıntılı durulması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

**Tablo 4. Bakanlığın Butik Otel Tanımı ve Özellikleri**

<b>Butik Otel Tanımı</b>
Butik oteller, yapısal özelliği, mimarî 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 ve en az on, en fazla altmış odalı otellerdir
<b>Butik oteller aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:</b>
<p>a) Modern, röprodüksiyon, antika gibi özelliği olan mobilya ve malzemeler ile tefriş ve dekorasyon.</p> <p>b) Beş yıldızlı otel odaları için belirlenen nitelikleri taşıyan konforlu odalar.</p> <p>c) Kapasiteye yeterli kabul holünü de kapsayan lobi, lobi alanının yeterli olması hâlinde lobinin bir bölümünde düzenlenmiş oturma mahalli veya ayrı bir oturma salonu.</p> <p>d) Yönetim odası.</p> <p>e) Kapasitesi elli kişiden az olmamak kaydıyla, tesis yatak kapasitesinin en az yüzde yetmiş beşine alakart hizmet verilen asgarî ikinci sınıf lokanta.</p> <p>f) Genel mahallerde klima sistemi.</p> <p>g) Yirmi dört saat oda servisi.</p> <p>h) Çamaşır yıkama ve kuru temizleme hizmeti.</p> <p>i) Otopark hizmeti.</p> <p>j) Odalara, müşteri tarafından seçilen en az bir adet günlük gazete servisi ile müşteri yatak odasının gece kullanımına hazırlama hizmeti.</p> <p>k) Birden fazla katta düzenlenmiş tesisler için müşteri asansörü ve merdiveni.</p> <p>l) Tesis müşteri yatak kapasitesinin en az yüzde ellisi oranında eğitimli personel ile hizmet verilmesi.</p> <p>m) Kadın ve erkek personel için ayrı soyunma yerleri, dolapları, duş ve tuvalet yerleri.</p>

n) Aşağıda yer alan ünitelerden en az birinin bulunması:

- 1) Kiři bařına 1.2 metrekare alan dūőecek Őekilde en az elli kiřilik pasta salonu; elli kiřilik kabare, sinema, tiyatro etkinliklerinin yapılabileceđi salon; en az 60 metrekare büyüklükte kütüphane ünitelerinden en az bir adedi.
- 2) Açık veya kapalı yüzme havuzu.
- 3) Jimnastik salonu, bowling-bilardo salonu, kütüphane; Türk hamamı, buhar banyosu, kar odası, tuz odası, tuzlu buhar odası, sıcak taş odası, alarm sistemi bulunan sauna, masaj üniteleri, aletli masaj üniteleri, cilt bakım üniteleri, spor sahası, tenis kortu, kayak pisti, duvar tenisi salonu veya benzeri imkânlar sağlayan ünitelerden en az üç adedi.

**Kaynak:** <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14518/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html>

Çoğu klasik aile işletmeciliği tarzı ile yönetilen küçük konaklama işletmelerinin belirli yönetim teknikleri yerine kendilerine özgü yönetsel uygulamalara sahip olması yönetim ortamının çalışanlara ve yöneticiye göre daha esnek olarak Őekillenmesine neden olmaktadır (Okumuş ve Karamustafa, 2005: 945). Genellikle yönetim ve mülkiyet küçük konaklama işletmelerinde tek elde toplanır ve fazla karmaşık bir yapı söz konusu olmadığı için örgütün koordinasyon ve kontrolü büyük konaklama işletmelerine göre çok daha kolaydır (Olalı ve Korzay, 1993: 55).

Emek yoğun işletmeler olması nedeniyle hem yönetim hem de yönetici kavramları konaklama işletmeleri açısından son derece önemlidir (Şener, 2001: 86). Yönetici işletmenin amaçlarını etkin ve verimli bir Şekilde gerçekleştirmek, personelden en yüksek faydayı sağlamak adına ideal bir çalışma ortamı yaratarak işletmenin piyasadaki konumunu iyileştirmeyi hedeflemelidir. Bu tip işletmelerin başarısı için en önemli unsur, tepedeki yöneticinin önce girişimci, sonra yönetici son olarak da işletme sahibi özelliklerini kişiliğinde bütünleştirmiş olmasıdır (Maviş, 1994: 66). Ayrıca konaklama işletmeleri insanların psikolojik tatmin duygusuna yönelik hizmetlerin yine insanlar (personel) tarafından üretilip sunulduğu işletmeler olması nedeniyle yöneticilerin de insan psikolojisini ve motivasyonel etmenleri bilmeleri gerekmektedir (Şener, 2001: 86).

Küçük konaklama işletmelerinin örgüt yapıları büyük konaklama işletmelerine göre farklılık göstermektedir. Çünkü büyük işletmelerde bölümler yapılan işe göre oluşturulmakta ve örgüt yapısı işlevsel çizgilerle belirlenirken (Taş, 2015: 56) küçük işletmelerde keskin çizgiler yoktur ve az sayıda personel farklı işler yapabilmektedir. Örgüt yapısı karmaşık olmadığı için büyük işletmelere göre yönetim çok daha kolaydır ve yönetici ile personel arasındaki ilişkiler güçlüdür.

Butik konaklama işletmelerinde işletme sahibi ya da yöneticisi mülkiyeti ve yönetimi kendisinde toplayarak yatırımı yapar, finansmanı sağlar, amaç ve politikalar konusunda karar verir, planlama, örgütleme, personel yönetimi ve denetlemeyi gerçekleştirir (Şener, 2001: 205). İhtiyaç duyulan konularda dışarıdan destek alınabildiği gibi sahip/yönetici pazarlamacı, tedarikçi, personel müdürü konumundadır. Butik işletmelerdeki az sayıda personel az iş bölümü ve kolay denetimi ifade eder (Olalı ve Korzay, 1993: 56). Bu da başarıyı arttıran bir unsurdur. Personel farklı görevlerde çalışabildiği için ortaya çıkan işgücü açıkları kolaylıkla giderilebilir.

Küçük konaklama işletmeleri kuruluş aşamasında bazı bürokratik ve yasal engellerle/zorluklarla karşılaşabilmektedirler. İşletmeler ile kamu kurumları arasında yeterli işbirliği ve koordinasyonun sağlanamaması işlerin uzamasına dolayısı ile zaman ve para kaybına neden olmaktadır (Dallaryan, 2007: 35). Mevzuatın yarattığı sorunlar ile sistemin çok yavaş çalışması en yaygın şikayetler olarak görülmektedir. Ayrıca yerel yönetimler tarafından sergilenen farklı tutumlar küçük konaklama işletmeleri açısından ciddi zorluklar olarak ifade edilmektedir.

### 3.YÖNTEM

Konu ile ilgili literatür araştırmasına dayanarak 18 adet butik konaklama hizmeti veren küçük otel ile görüşülmüştür. Bu otellerden yalnızca 4 tanesi butik otel belgesine sahiptir. Belgeye sahip olamayan otellerin büyük bir kısmı ise belge almaya çalışmış işletmelerdir. Bu çalışma ile hem butik otel belgesine sahip olan hem de olmayan otel yöneticileri ile görüşülerek 'Butik otel tanımı ve özellikleri nedir?', 'Butik otellerin örgüt yapıları ve yönetim anlayışları nasıldır?' ve 'Butik otellerin karşılaştıkları yasal/bürokratik engeller veya varsa aldıkları teşvikler nelerdir?' araştırma sorularına yanıt aranmıştır.

Bu çalışmada 'amaçlı örnekleme yöntemi' ve amaçlı örnekleme yöntemleri arasından 'maksimum çeşitlilik örnekleme' tercih edilmiştir. 2015 Mart ayında 20 adet butik otel hizmeti veren otele ulaşılmaya çalışılmış ancak bu otellerden 2'sinin sahibi/yöneticisinin şehir/ülke dışında olmaları sebebiyle randevu alınamamıştır. 2015 Mart ve Nisan aylarında, randevu alınan 18 otel sahibi/yöneticisi ile genellikle kendi otellerinde ya da farklı bir mekanda buluşarak görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmelerin hepsi izin alınarak kayıt altına alınmıştır. Bu görüşmeler 30 ile 90 dakika arasında gerçekleştirilmiştir. Ses kaydı halindeki görüşmelerin hepsi yazılı hale getirilmiştir. Yazılı hale getirilen ve görüşmelerden elde edilen veriler içerik analizi yolu ile kodlara ve kodlardan oluşan temalara dönüştürülmüştür. Bu kodlar ve temalar her iki yazar tarafından ayrı ayrı belirlenerek daha sonra kodların ve temaların birbirleri arasındaki farklar ve benzerlikler sayısal olarak karşılaştırılmış ve kodlama benzerliklerinin yüzdesinin %70' ten fazla olduğu (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 233) tespit edilmiştir.

İçerik analizinde amaç birbiriyle ilişkili kavramları bir araya getirerek bu kavram ve temalar çerçevesinde ortaya çıkan sonuçları düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek 2008: 227). Bu doğrultuda görüşmelerden elde edilen veriler ile yazarlar tarafından oluşturulan kodlar ve temalar, konunun uzmanı bir akademisyenin aynı veri seti üzerinde bağımsız olarak oluşturduğu kod ve temalar ile karşılaştırılmış ve benzer sonuçlara ulaştığı görülmüştür.

Araştırma sorularına yanıt ararken katılımcılara yöneltilen sorular şunlardır:

1. Butik oteli tanımlar mısınız?
2. Türkiye'de butik oteller ne gibi özelliklere sahiptir?
3. Misafirler neden butik otelleri tercih eder?
4. Otelinizin organizasyon şeması nasıldır?
5. Butik otelin yönetim anlayışı nasıldır?



6. Otelinizin kuruluş aşamasında veya daha sonra yaşamış olduğunuz zorluklar nelerdir ve/veya bu süreçte her hangi bir teşvik aldınız mı?

#### 4.BULGULAR

Araştırmaya katılan ve butik konaklama hizmeti veren otellerin örgüt yapılarının nasıl olduğunu gösteren personel sayıları ve personelin çalıştığı departmanlar ile ilgili bilgiler Tablo 5'te yer almaktadır.

Tabloda da görüldüğü gibi görüşülen 18 küçük konaklama işletmesinden 4 adedi butik işletme belgesine sahiptir. İzmir şehir merkezinde faaliyet gösteren işletmelerin hem oda hem de personel sayıları çevre ilçelerdeki otellere göre daha fazladır. Artan bölüm sayısı örgüt yapısını genişletmekte bu da personel ihtiyacını arttırmaktadır. Alaçatı, Seferihisar, Selçuk, Foça, Urla gibi destinasyonlardaki işletmelerde genellikle sahip ve yönetici aynı kişi iken aileler tarafından işletilmekte, şehir merkezindeki oteller ise profesyonel yönetici ve personel ile çalışmaktadır. Görüşmeye katılan 1 işletmenin asıl ekonomik faaliyet alanının turizm sektörü dışında olması ve sadece 2 oda bulunması nedeniyle yalnızca otel işletmesi ile ilgilenen personeli bulunmamakta gerekli durumlarda farklı işlerde istihdam edilen kişiler otel bölümünde çalışmaktadır.

**Tablo 5. Katılımcı Butik Konaklama Hizmeti Veren Otellerin Örgüt Yapısı**

Oteller	Otelin Bulunduğu Yer	Butik Otel Belgesi	Oda Sayısı	Personel Sayısı	Personelin Çalıştığı Bölümler
1	Alaçatı	Yok	8	6	Yönetici, Mutfak, Servis, Kat Görevlisi, Gececi
2	Alaçatı	Yok	8	5	Yönetici, Resepsiyon, Kat Görevlisi, Gececi, Mutfak
3	Alaçatı	Yok	15	7	Mutfak, Servis, Gececi, Kat Görevlisi, Resepsiyon,
4	Alaçatı	Yok	7	7	Yönetici, Resepsiyon, Mutfak, Kat görevlisi, Gececi
5	İzmir Şehir Merkezi	Var	63	25	Genel Müdür, Önbüro, Halkla İlişkiler, Kat Hizmetleri, Mutfak, Servis, Teknik Servis
6	Alaçatı	Yok	41	30	Yönetici, Muhasebe, Bahçevan, Servis, Mutfak, Kat Görevlisi, Resepsiyon, Gececi
7	İzmir Şehir Merkezi	Var	80	47	Genel Müdür, Departman Yöneticileri (Ön büro, Pazarlama, Kat Hizmetleri, Yiyecek- İçecek, Mutfak, Muhasebe) ve bu departmanların altında çalışan personel ve teknik servis personeli
8	Seferihisar (Sığacık)	Yok	4	3	Yönetici, Kat Görevlisi, Servis
9	Seferihisar (Sığacık)	Yok	3	2	Yönetici, Kat Görevlisi, Mutfak
10	Seferihisar (Sığacık)	Yok	8	2	Yönetici, Kat Görevlisi, Mutfak

11	Foça	Var	11	7	Yönetici, Kat Görevlisi, Resepsiyon, Gececi, Mutfak
12	Foça	Yok	8	10	Yönetici, Servis, Mutfak, Resepsiyon, Kat Görevlisi, Gececi
13	Selçuk (Şirince)	Yok	26	12	Yönetici, Servis, Mutfak, Resepsiyon, Kat Görevlisi
14	Selçuk (Şirince)	Yok	12	11	Yönetici, Servis, Mutfak, Resepsiyon, Kat Görevlisi, Gececi
15	Selçuk (Şirince)	Yok	8	6	Yönetici, Servis, Mutfak, Kat Görevlisi, Gececi, Şoför
16	İzmir Şehir Merkezi	Var	31	41	Genel Müdür, Departman Yöneticileri (Ön büro, Pazarlama, Kat Hizmetleri, Yiyecek- İçecek, Mutfak, Muhasebe) ve bu departmanların altında çalışan personel ve teknik servis personeli
17	Urla	Yok	6	4	Yönetici, Servis, Mutfak, Kat Görevlisi
18	Urla	Yok	2	-	-

Butik otel sahipleri veya yöneticileri ile yüz yüze yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen bulgular ile ilgili kodlar, temalar ve bunlar ile ilgili açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

#### **4.1. Butik Otel Tanımı**

Katılımcılara butik otel tanımının nasıl olması gerektiği sorusu yöneltildiğinde, öncelikle yöneticisi/sahibi oldukları otellerin butik otel belgesine sahip olduğunu belirten katılımcıların oranı %22.2 iken butik otel belgesine sahip olmadığını belirten katılımcıların oranı %77.8'dir. Katılımcıların %27.8'i Kültür ve Turizm Bakanlığının yapmış olduğu tanıma yeni bir düzenleme getirilmesi gerektiğini söylerken %22.2'si butik otel belgesi olmayan otellerin butik otel tabelasını kullanmaları halinde para cezası ödediklerinden bahsetmektedir. Akademisyenlerin, sektörün içinde yer alan aktörlerin ve bakanlığın bu tanıma birlikte yapması gerektiğini söyleyen; bakanlığın şu anki yönetmeliğine göre, 60'tan fazla oda sayısına sahip olduğu için butik otel olamadıklarını ancak bu belgeyi bir önceki yönetmelik koşulları ile aldıklarını belirten; bakanlığın tanımının çok katı ve standart kurallara sahip olduğunu ifade eden katılımcıların oranı %11.1'dir. Butik otel hizmeti veren otellerin butik otel olmadığını, lüks pansiyon, özel nitelikli küçük otel olduğunu söyleyen katılımcıların oranı yine %11.1 iken görgülü pansiyon (temizlik ve hizmet konularında pansiyondan daha nitelikli olan konaklama tesisi) olarak tanımlayan; küçük otel olduğunu düşünen; kurumsal olmayan kendi tarzını yansıtan aile işletmeleri olduğunu dile getiren; yalnızca az sayıda oda sayısına sahip oteller olarak tanımlayan; bakanlığın sınıflandırma kategorisinde bulunduğu halde butik otelin işletme mantığının çok farklı olduğunu ifade eden katılımcıların oranı %5.6'dır. Bakanlığın butik oteli diğer otel çeşitlerinden farksız bir şekilde sınıflandırdığını düşünen katılımcı bu fikrini şu şekilde ifade etmiştir:

*“ Bakanlık butik otel tanımını yıldız sayısını verdiği gibi belirlemiş ”*

#### **4.2. Butik Otel Özellikleri**

Katılımcılara butik otellerin hangi özelliklere sahip olduğu sorulduğunda katılımcıların verdiği cevaplarla ilgili kodların dört ana tema olan konum, orijinallik, hizmet ve kişiye özel hizmet altında toplandığı görölmektedir.

##### *Konum*

Katılımcıların %61'i, butik otelin bulunduğu bölgenin güzel ve temiz olması; %16.7'si sakinliğin ön planda olması; yerel halk ile temasın bulunması; %11.1'i ören yerlerine yakın olması; otelin konumunun güzel olması (örneğin deniz kenarında olması); bulunduğu bölgenin kültürünün misafirler tarafından tanınabileceği ve bu kültürün yaşanabileceği bir yerde olması gerektiğini ifade etmiştir.

##### *Orijinallik*

Butik otelin kendine has bir mimarisi olması gerektiğini (tarihi bina, eski rum evi) belirten katılımcıların oranı % 50'dir. Katılımcıların %22.2'si, yöresel simgelerin kullanıldığı otantik mekanlar olmasının önemli olduğunu; %16.7'si, otelin eski, antika, pahalı ya da yöresel tarzda mobilyalar ile döşenmiş; misafirlerine sürprizler sunan; misafirin orijinal bir mekan olarak algıladığı; kültür sanata önem veren yer olması gerektiğini dile getirmektedir. Farklılık yaratmak için butik otel hizmeti verdiklerini; butik otelin amacının deneyim yaşatmak olduğunu söyleyen katılımcıların oranı ise %5.6'dır.

##### *Hizmet*

Butik otelin 12 ay boyunca hizmet verdiğini; özellikle butik otel kahvaltısının kaliteli, güzel ve lezzetli olması gerektiğini söyleyen katılımcıların oranı %61.1 iken temizliğin önemini vurgulayan katılımcıların oranı %50'dir. Katılımcıların %38.9'u butik otellerdeki hizmet kalitesinin çok yüksek olması gerektiğini; %22.2'si ferah odalar ve ortama sahip olması gerektiğini; %16,7'si en önemli amaçlarının misafirleri rahat ettirmek olduğunu dile getirmiş; butik otellere gelen misafirlerin büyük otellerdeki kalabalıktan ve karmaşadan kaçtıklarını belirtmiş; otel yöneticisi veya sahibinin yabancı dil bilmesinin oldukça önemli olduğunu vurgulamıştır. Katılımcıların %11.1'i misafirlere huzur ve mutluluk sunmanın; özenli bir şekilde hizmet etmenin önemini vurgulamış; %5.6'sı hizmet kalitesinden ödün vermemek için maliyetlerden kısmamak gerektiğini; misafir odaklı olmanın önemini; detaylara önem vermek gerektiğini belirtmiştir.

##### *Kişiye Özel Hizmet*

Katılımcıların %50'si butik otellerde misafirperverliğin öneminden (otele gelen misafiri eve gelen misafir gibi ağırlamak) bahsederken %22,2' si misafire olan ilginin içten, doğal ve samimi olması gerektiğini; kişiye özel hizmet sunulmasının şart olduğunu; misafiri ev yapımı yiyeceklerle ağırlamanın önemli olduğunu ifade etmiştir. %16.7 oranında katılımcı önceliğin misafir memnuniyetini sağlamak olduğunu bu nedenle para kazanmanın ikinci planda olması

gerektiğini; misafiri memnun etmenin en önemli unsurunun ise çalışanın mutluluğundan geçtiğini; %11.1 oranında katılımcı misafirlerin kendilerini özel hissetmelerinin elzem olduğunu; misafirle ilgilenirken onların özgürlüklerini kısıtlamadan bunu yapmanın şart olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %5.6'sı ise butik otelin misafirin beş duyusuna hitap etmesinden, otel sahibinin de genellikle otelde bulunmasının ve misafirleri karşılamasının özel olduğundan; birebir misafirle diyalog kurmanın gerekliliğinden; misafirle iletişim halindeyken sahte olan gülüşlerden ve ilgiden kaçınmanın şart olduğundan bahsetmiştir. Katılımcılardan biri misafiri evinde gibi hissettirmenin önemini şu ifade ile vurgulamıştır:

*“Gelenler buradan çok keyif alıyorlar, gitmek istemiyorlar, bizden ayrıldıklarında üzülüyorlar, evlerinden ayrılıyormuş gibi hissettiklerini söylüyorlar”*

### **4.3.Zorluklar ve Teşvikler**

Katılımcılara otellerinin kuruluş aşamasından bu yana karşılaşılan zorluklar veya teşviklerin var olup olmadığı sorulduğunda, katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda oluşan kodların zorluklar ve teşvikler temaları altında toplandığı görülmektedir.

#### *Zorluklar*

Katılımcıların; %44.4 'ü, butik otel belgesi alma konusunda bürokratik engellerin olduğundan; %27.8'i, belge almaya çalıştıklarını ancak bakanlığın otellerinin fiziki koşulları sağlamadığını belirterek belge vermediğinden; %22.2'si, sit alanı olan bölgelerde tarihi binaların korunması amacıyla bir takım inşaatları yapmalarının yasak olmasından dolayı butik otel belgesi alamadıklarından; sit alanı bölgelerinde tarihi binalarda proje izni alabilmek için Anıtlar Kurulu'ndaki bekleme sürelerinin uzunluğundan; %5.6'sı alt ve üst yapı eksikliklerinden; bürokrasideki bekleme sürelerinin istihdam problemlerine yol açtığından; butik otel belgesi almanın maddi olarak külfetli olduğundan; belgenin otel için maddi bir getirisinin olmadığından bahsetmiştir.

#### *Teşvikler*

Katılımcıların %100' ü, butik hizmet veren otellerini açarken her hangi bir yerden teşvik almadıklarını; %16.7'si, belediyenin bir takım kolaylıklar sağladığını; %5.6'sı ise, teşvik için yalnızca teşekkür belgesi aldıklarını dile getirmiştir. Belediye tarafından teşekkür belgesi verilen katılımcı *“tarihi binaya çivi çakarak teşekkür belgesi vermek istiyorlar”* diyerek takdir edilirken ki özensizliği belirtmiştir.

### **4.4.Yönetim**

Katılımcılara, butik otel yönetiminin nasıl olduğu sorulduğunda, katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda oluşan kodların yönetici, ortam ve personel temaları altında toplandığı görülmektedir.

### *Yönetici*

Katılımcıların; %77.8'i yöneticilik yaptıkları otelin aynı zamanda sahibi olduklarını; %22.2'si yöneticilik yaptıkları otelin sahibinin bir başkası olduğunu; %11.1'i, otel sahibi ile yöneticinin aynı vizyona sahip olması gerektiğini, %5.6'sı yöneticinin personel ile sürekli iletişim halinde olması gerektiğini ifade etmiştir.

### *Ortam*

Katılımcıların; %33.3'ü, butik otelde samimi bir yönetim ortamının bulunması gerektiğini; ekip çalışmasının önemli olduğunu; %5.6'sı personelin sosyal güvencesi ile ilgili konularda dikkatli olunması ve çalışma saatlerine özen gösterilmesi gerektiğini; personel ile yönetici arasında bir güven ortamının oluşmasının şart olduğunu; otelin elde ettiği kardan personele de pay verilerek personelin işleyme aidiyet duygusunun artırılabilceğini söylemiştir.

### *Personel*

Katılımcıların; %50'si işi iyi bilen personeli elde tutabilmek için aynı personelle 12 ay boyunca çalıştıklarını; %11.1'i kalifiye personelin önemini; dil bilen personel ihtiyacını; kalifiye personel bulmakta zorlandıklarını belirtmiştir. Katılımcılardan biri personeli 12 ay nasıl ve neden çalıştırmak istediklerini şu şekilde ifade etmiştir:

*'İstihdamda devamlılığı sağlamak amacı ile bir marka yarattım bu marka altında reçeller, sabunlar, zeytinyağı, sirke vb. yapıyoruz. Böylelikle yazın maaşını alıp evini geçindiren personelimize kışın da maaşını verebiliyoruz, aynı zamanda misafirlerimizin aynı kalitede hizmet almasını sağlıyoruz'*

## **5.TARTIŞMA VE SONUÇ**

Bu çalışma, butik otel tanımı, butik otelin hangi özelliklere sahip olması gerektiği, butik otellerin örgüt yapılarının ve yönetim anlayışlarının nasıl olduğu; karşılaştığı yasal ve bürokratik engeller ile ilgili konuları araştırmak amacıyla İzmir ili şehir merkezinde ve ilçelerinde butik hizmet veren konaklama işletme sahiplerinin/yöneticilerinin sektör tecrübelerine dayanan görüşleri ele almıştır.

Uluslararası literatürde butik otele dair net bir tanım olmadığı gibi Türkiye'de de üzerinde uzlaşmış bir butik otel tanımının var olduğu söylenemez. Bu konudaki düzenleme yetkisini elinde bulunduran kurum olan Turizm ve Kültür Bakanlığı'nın hangi otel işletmelerinin butik sıfatı taşıyacağına dair yürürlükteki düzenlemesi ile sektördeki işletmelerin, bu konudaki uluslar arası düzenlemelerin ve butik otel sıfatı taşıyan işletmelerin özgül koşulları arasında uyumsuzluk vardır. Bu uyumsuzluk, Türkiye'de konunun tüm taraflarınca üzerinde uzlaşmış bir butik otel tanımının yapılamamasının bir gerekçesi olarak değerlendirilebilir. Butik hizmet verdiğini düşünen, görüşme yapılan 18 otelin yalnızca 4'ünün butik otel belgesi bulunmaktadır. Belgeye sahip olmayan ancak belge almak isteyen oteller, bakanlığın koyduğu katı ve standart kurallar nedeniyle butik konaklama hizmeti verseler bile (kişiyeye özel hizmet

verdikleri, özgün mimari yapıya ve az oda sayısına sahip oldukları durumda dahi) butik otel belgesi alamamaktadır. Belge alamayan ancak butik otel hizmeti verdiğini ifade eden katılımcılar butik kelimesini tabelalarında veya internet sitelerinde kullanan otellere para cezaları kesildiğini ifade etmiştir. Daha önce de bakanlığın booking.com da özel belgeli otellerin kendilerini farklı tanıttıkları gerekçesi ile kestigi para cezalarına karşı çıkan oteller bu duruma, yurtdışındaki pazarda benzer bir tanımlama veya karşılığın bulunmadığı ve kendilerini olduklarından farklı tanıtmadıkları gerekçesiyle cezayı haksız bularak itiraz etmiştir (<http://www.turizmguncel.com/haber/bookingcom-bakanlikla-ozel-belgeli-otelleri-karsi-karsiya-getirdi-h7052.html>). Katılımcıların aktardıkları doğrultusunda, Turizm ve Kültür Bakanlığı'nın, bakanlığın bünyesinde bulundurduğu Anıtlar Yüksek Kurulu'nun, turizm alanında çalışmalar yapan akademisyenlerin, sektörde bulunan otel sahiplerinin/yöneticilerinin içinde bulunduğu bir kurulun butik otel tanımını değerlendirmesi ve düzenlemesi ile ilgili öneri oldukça faydalı görülmektedir.

Butik otel özellikleri ile ilgili soruyu yanıtlayan otel sahiplerinin/yöneticilerinin verdiği yanıtlardan elde edilen kodların; konum, orijinallik, hizmet ve kişiye özel hizmet temaları altında toplanması ile oluşan özellikler, Agett (2007) ve McIntosh ve Siggs (2005)'in çalışmalarında belirttiği butik otel özellikleri ile benzerlik göstermektedir. Literatürde üzerinde uzlaşılmış bir butik otel tanımı olmamasına rağmen ortaya konulan benzerliklerden hareketle bu çalışmada belirlenen bu dört özelliğin butik otellerde aranan temel özellikler olduğu düşünülmektedir.

Çalışmaya katılan küçük konaklama işletmelerinin örgüt yapıları incelendiğinde İzmir şehir merkezinde faaliyet gösteren 3 işletme dışındaki diğer otellerde az sayıda personel istihdam edildiği ve personelin otelin her bölümünde çalışabilecek yetkinlikte olmasına dikkat edildiği gözlenmiştir. Hatta birçok işletmenin aileler tarafından işletildiği, gerekli durumlarda dışarıdan hizmet alındığı ya da geçici personel kullanıldığı belirtilmiştir. Büyük konaklama işletmelerindeki gibi bölümler arası çizgilerin keskin ve net olmaması küçük otellerde az sayıda personelin farklı bölümlerde rahatlıkla çalışabilmesine imkan vermektedir. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler ışığında; butik hizmet veren konaklama işletmelerinde iş bölümü ve uzmanlaşmanın daha az olması, örgüt yapısını daha kolay anlaşılır hale getirmekte ve yönetimi kolaylaştırarak samimi ilişkilerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Butik oteller örgüt yapıları itibariyle daha küçük işletmeler olduğundan genellikle yönetici ve otel sahibi aynı kişidir. Bu nedenle otelin yönetimi daha çok sahibinin vizyonu ile şekillenir. Yönetici ve otel sahibinin farklı kişiler olduğu durumlarda ise vizyonların bir biri ile uyumlu olmasının önemli olduğu ve işleri kolaylaştırdığı ortaya konulmuştur. Büyük konaklama işletmelerinden farklı olarak daha az oda sayısına sahip olan bu işletmelerde kişiye özel hizmetin ön planda olması, personel sayısının fazla olmasını gerektirmektedir. Müşteriye hizmetin özel kılınmasında, personel sayısının çokluğu ile birlikte personel mutluluğu da oldukça önemli bir etkidir. Bu nedenle butik otel yöneticileri, personelin mutluluğunu da göz önünde bulunduran sıcak, samimi, ekip çalışmasını önem veren bir yönetim ortamı sağlamaktadır. Ayrıca büyük otellerden farklı olarak bir çok butik otel, çalışanlarını 12 ay istihdam etmek için uğraşmaktadır. Çalışanların 12 ay istihdam edilmesi, çalışanların kendilerini güvende hissetmelerini sağlarken aynı zamanda otel sahiplerinin/yöneticilerinin işi

bilen kalifiye personeli elde tutabilmelerine imkan vermektedir. Butik otellerde personelin kalifiye olmasının yanında yabancı dile hakim olması da beklenmektedir.

Katılımcılar, işletmeleri ile ilgili herhangi bir teşvik almadıklarını belirtirken yaşadıkları zorluklar konusunda yine bakanlığın yapmış olduğu tanımı sorumlu tutmuştur. Butik oteller genellikle kendilerine özgü mimari bir dokuya sahiptirler ve Türkiye gibi zengin tarihi ve kültürel arka plana sahip bir ülkede bu dokuyu çoğu zaman tarihsel mimari formlar oluşturmaktadır. Bu sebeple işletmelerin birçoğu bu tarihsel mimari dokuyu bozmamak konusundaki yasal sınırlamalar ve dokuyu koruma kaygısıyla bakanlığın butik otel ile ilgili teknik şartların bazılarını yerine getirememektedir. Butik otel tanımı ile ilgili yapılacak düzenlemede işletmelerin yer aldığı lokasyonların kendine has özelliklerinin göz önüne alınması, evrensel standartlar ile yerel nitelikleri bir araya getirebilecek kriterler geliştirilebilmesi, bu tip problemlerin önüne geçilmesini sağlayabilir.

Bu araştırma, butik otel tanım ve özelliklerinin ne olduğu belirlenmeye çalışılırken İzmir’de bulunan ve butik konaklama hizmeti veren otel yönetici ve/veya sahipleri ile yapılan görüşmeler ile sınırlıdır. Gelecekte araştırmacıların buna benzer bir çalışmayı Türkiye genelinde yapması, bölgeler arasında farklılıkların tespiti açısından önemlidir. Ayrıca bu çalışmada yalnızca otel sahiplerinin/yöneticilerinin bakış açısı ile butik otel tanımı ve özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Müşteriler tarafından butik otel tanım ve özelliklerinin nasıl algılandığını araştıran başka çalışmalar, butik konaklama hizmeti alanların da fikrine yer vermesi açısından önemli olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Aggett, M. ( 2007). What has Influenced Growth in the UK’s Boutique Hotel Sector? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(2):169-177.
- Akyol, E. ve Zengel, R. (2014). 21. Yüzyılda Yeni Nesil Konaklama Yapıları: Butik Otel Yaklaşımı. *Anotolia*, 25(2): 211-225.
- Albazzaz, A., Birnbaum, B., Brachfeld, D., Danilov, M., de Vries, O.K ve Moed, J. (2003). Lifestyles of the Rich and Almost Famous: The Boutique Hotel Phenomenon in the United States. High Tech Entrepreneurship and Strategy Group Project (R. Adner), [http://faculty.insead.edu/adner/PREVIOUS/Projects-Jan03/ Boutique%20Hotels.pdf](http://faculty.insead.edu/adner/PREVIOUS/Projects-Jan03/Boutique%20Hotels.pdf) (Erişim Tarihi: 10.08.2015).
- Buyruk, L. ve Eren, D. (2012). Butik Otel Çalışanlarının Butik Otel Kavram, Özellik ve Hizmetlerini Algılamaları Üzerine Bir Araştırma: Nevşehir Örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(27): 339-355.
- Dallaryan, S. (2007). Küçük ve Orta Ölçekli Konaklama İşletmelerinde Yönetim Sorunlarını Ortaya Çıkarmaya Yönelik Bir Uygulama: Sultanahmet Bölgesi Butik Otelleri. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1:31-42.
- Denizer, D., Tetik, N., Akoğlan, M., Yeşiltaş, M. ve Kozak, M. (1998). *Otel İşletmeciliği*. Kozak, Nazmi (Ed.), Detay Yayıncılık: Ankara.
- Erkutlu, H. ve Chafra, J. (2006). Relationship Between Leadership Power Bases and Job Stress of Subordinates: Examples From Boutique Hotels. *Management Research News*. 29(5): 285–297.
- Forsgren, S. ve Franchetti, C. (2004). *The Marketing Role of Unique Concepts for Hotels in Sweden*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Göteborg University, Graduate Business

- School, School of Economics and Commercial Law: Elanders Novum.
- Henderson, J. (2011). Hip Heritage: The Boutique Hotel Business in Singapore. *Tourism and Hospitality Research*, 11(3): 217-223.
- İçöz, O. (2001). *Turizm İşletmelerinde Pazarlama İlkeleri ve Uygulamalar*. Turhan Kitabevi: Ankara.
- Khosravi, S., Malek, A. ve Ekiz, E. (2014). Why Tourists are Attracted to Boutique Hotels: Case of Penang Island, Malaysia. *Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1): 26-41.
- Lim, M. ve Endean, M. (2009). Elucidating The Aesthetic and Operational Characteristics of UK Boutique Hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(1): 38-51.
- Maviş, F. (1994). *Otel İşletmeciliği İlke ve Kavramlar*. Anadolu Üniversitesi Yayınları: Eskişehir.
- McNeill, D. (2009). The Airport Hotel as Business Space. *Geografiska Annaler Series B. Human Geography*, 91(3): 219-228.
- Mintel (2002). *Boutique Hotels Report*. Mintel: Londra.
- Okumuş, F. ve Karamustafa, K. (2005). Impact Of An Economic Crisis Evidence from Turkey. *Annals of Tourism Research*, 32(4): 942-961.
- Olalı, H. ve Korzay, M. (1993). *Otel İşletmeciliği*. Beta Basım Yayım Dağıtım: İstanbul.
- Ragerson, J. (2010). The Boutique Hotel Industry in South Africa: Definition, Scope, and Organization. *Urban Forum*, 21(7): 425-439.
- Şener, B. (2001). *Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Taş, İ. (2015). Turizm İşletmeciliği, içinde Timur, A. ve Bardakoğlu, Ö.(Ed), *Turizm İşletmeciliği*, (s: 45-62), Detay Yayıncılık: Ankara.
- Timothy, D. J. ve Teye, V. (2009). *Tourism and The Lodging Sector*. Butterworth-Heinemann: Oxford
- Usta, Ö. (2008). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Van Hartesvelt, M. (2006). Building a Better Boutique Hotel. *Lodging Hospitality*, 62(14):32-44.
- Victorino, L., Verma, R., Plaschka, G. ve Dev, C. (2005). Service Innovation and Customer Choices in Hospitality Industry. *Managing Service Quality*, 15(6): 555-576.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemi*. Seçkin Yayınevi: Ankara.
- <http://www.turizmuncel.com/haber/bookingcom-bakanlikla-ozel-belgeli-otelleri-karsi-karsiya-getirdi-h7052.html> (Erişim Tarihi: 12.10.2015)
- <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-43963/eski2yeni.html> (Erişim Tarihi: 10.09.2015)
- <http://www.hvs.com/Content/3171.pdf> (Erişim Tarihi: 11.10.2015)