



## Tanzimat Dönemi Sonrası İstanbul'da Otel İşletmeciliği (Hotel Management in Istanbul After the Tanzimat Reform Era)

\* Ayşegül KUTLUK BOZKURT <sup>a</sup>

<sup>a</sup> Kırklareli University, Faculty of Tourism, Department of Recreation Management, Kırklareli/Türkiye

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 24.07.2023

Kabul Tarihi: 14.09.2023

### Anahtar Kelimeler

Osmanlı

Tanzimat otelleri

Şehir otelciliği

Beyoğlu/Pera otelleri

Web site analizi

### Öz

Sanayi devrimi sonrası demiryolu ve deniz yollarının gelişmesi ile seyahat sürelerinin kısalması, ticari anlaşmaların ve faaliyetlerin artması ve Osmanlı Devleti'nin her daim merak edilen mistik havası ve etnik yapısı bölgeye olan seyahat isteğini arttırmış ve merak edilen bir destinasyon haline getirmiştir. Artan turist talebini karşılayabilmek için 19.yy'ın sonlarında İstanbul'un Beyoğlu ilçesinde otel işletmelerinin açıldığı görülmektedir. Daha çok gayrimüslimlerin yaşadığı bu ilçenin özellikle Pera ve çevresinde yıllar içerisinde birçok otel işletmesi açılmış ve önemli ziyaretçilere geçici ev sahipliği yapmıştır. Sonraki yıllarda Üsküdar, Büyükada ve Büyükdere gibi farklı ilçelerde de otellerin faaliyete geçtiği görülmektedir. Şehir otelciliği kavramının ön plana çıkması, ziyaretçi beklentilerinin farklılaşması ve artması ile İstanbul'un tarihi otelleri değişmeye çalışmış ve yeniliğe ayak uydurmak zorunda kalmıştır. Bu çalışma Osmanlı döneminde başlayan otelciliğin geçmişten günümüze uğradığı dönüşüme değinmektedir. Bu kapsamda İstanbul'un Beyoğlu/Pera bölgesinde hizmet vermeye devam eden otellerin web site değerlendirmeleri yapılarak güncel hizmet ve faaliyetleri hakkında bilgiler elde edilmesi hedeflenmiştir. Çalışmada Tanzimat fermanı sonrası açılan otellerden günümüzde hala hizmet vermeye devam eden otellerin (4) web siteleri incelenmiş ve web site değerlendirme formundaki kriterlerin yeterli düzeyde karşılandığı fakat teknolojik öğelerin kullanımı ve modernleşme konusunda zayıf kaldıkları gözlenmiştir.

### Keywords

Ottoman

Tanzimat hotels

City hotel management

Beyoğlu/Pera hotels

Website analysis

### Abstract

The shortening of travel times with the development of railways and sea routes after the Industrial Revolution, the increase in commercial agreements and activities, and the ever-curious mystical atmosphere and ethnic structure of the Ottoman Empire increased the desire to travel to the region and made it a curious destination. It is seen that hotel businesses were opened in the Beyoğlu district of Istanbul in the late 19th century to meet the increasing tourist demand. In this district, where mostly non-Muslims live, many hotel establishments have been opened over the years, especially in Pera and its surroundings. They have served as temporary hosts to important visitors. In the following years, hotels began to operate in different districts such as Üsküdar, Büyükada and Büyükdere. As the concept of city hotel management came to the fore and visitor expectations diversified and increased, Istanbul's historical hotels tried to change and had to keep up with innovation. This study touches upon the transformation of hotel management, which started in the Ottoman period, from the past to the present. In this context, it was aimed to obtain information about their current services and activities by evaluating the websites of the hotels that continue to serve in the Beyoğlu/Pera region of Istanbul. In the study, the websites of (4) hotels that were opened after the Tanzimat reform era and continue to serve today were examined. It was observed that the criteria in the website evaluation form were met at a sufficient level. Still, they were weak in the use of technological elements and modernization.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: aysegulkutluk@gmail.com (A. Kutluk Bozkurt)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1265

## GİRİŞ

Konaklama kültürü, insanın daha elverişli bir hayat tarzı elde etmek ve seyahatlerini kolaylaştırmak maksadıyla ortaya çıkartılmış kısa soluklu dinlenmelerin bütünüdür (Topuz, 2017). Modern konaklama yapılarını ifade eden “otel” sözcüğü Fransızca kökenli “L’hôtel (hôtel)” kelimesinden türetilmiş olup misafirhane anlamına gelmektedir (Bayer, 1992: 21). Otel, “yer yabancı olan misafirlerin ilk plânda geçici konaklama, ikinci plânda yeme – içmelerine hizmet edecek biçimde faaliyette bulunan ve belirli standartlara sahip olan ticari işletme”dir (Olalı & Korzay, 1993: 22).

Geçmişte şehirlerarası yollarda can ve mal güvenliğini sağlayan konak yerleri olarak aynı amaca hizmet yapılar (Güran 1978: s.1) doğuda kervansaray ve ribat, batıda ise hanlar olarak bilinirdi (Çilli, 2009: s.1). Genellikle hanlar kişilerce açılabilen bir işletme, kervansaraylar ise vakıflar veya kurumlar tarafından işletilen yerlerdi (Kantarcı & Yörükoğlu, 1998: s.11). Osmanlı döneminde kervansarayların yapısı farklılaşmıştır. Tek bir bina olmaktan ziyade etrafında yapılan çeşitli binalarla bir külliyein merkezi durumundadır. Bazıları da yanında yer alan yapılarla eşdeğerde bir külliyein parçası haline gelmiştir. Osmanlı kervansaray binasının etrafında cami, hamam, mutfak, kahvehane, fırın, havuz ya da çeşme-şadırvan ve dükkânlar hatta bazılarında medrese, sıbyan mektebi ve darülcürre (kuran okulu) bulunmakta, böylece sosyal yardım, kültürel ve dinsel konularla ilgili ihtiyaçlar topluca karşılanmaktadır (Cezar 1981: s.937). Benzer mantıkla on sekizinci yüzyılın başlarında hanlardan otele geçiş, hana bir toplantı odasının eklenmesiyle olmuştur. Oteller hanlar gibi sadece bir yatma yeri değil aynı zamanda insanların sosyalleşmesine imkân tanıyan yerler olarak yapılmışlardır. İlk otellerde toplanmaya yarayan bir salon ve tiyatro kısmı bulunmaktadır. Zaman içinde otellere okuma salonları, kütüphaneler, balo salonları, yemek salonları gibi bölümler eklenmiştir (Kırımtayfı 2002: s.110-112).

Tanzimat Fermanı’yla (3 Kasım 1839) birlikte Osmanlı İmparatorluğu’nda batılılaşma anlamında pek çok yenilik yaşanmış, batının laik hukuk ilkeleri örnek alınarak hükümdarın mutlak yetkileri sınırlandırılmış, can ve mal güvenliği, vergilerin yasallaştırılması ve iltizamın kaldırılması gibi konularda daha ılımlı adımlar atılmıştır (Özkurt 2005: s.12- 15). Tanzimat Fermanı sonrasında yapılan düzenlemelerle, Osmanlı’nın imzalamış olduğu ticaret anlaşmaları ve gayrimüslimlerin mekanlarına ilişkin sınırlamaların kaldırılması ve nüfus yoğunluğunun artmasıyla kervansaray ve han gibi mekanların değişerek otellere dönüşmesi gerçekleşmiştir (Topuz, 2017). Bu dönüşüm Türkiye tarihinde otelcilik macerasını resmen başlatmıştır.

Batı ile ilişkilerin iyi olduğu dönemde Avrupa’dan hem siyasi ve ticari nedenlerle hem de doğu kültürüne olan merak sayesinde gelen gezginlerin sayısı oldukça artmıştır. Ayrıca dönemin ulaşım şartlarının nispeten iyileştirilmesi de (demiryolu ve denizyolu ile seyahat koşullarının daha iyi hale gelmesi) Osmanlı topraklarına gelenlerin sayısının artmasında etkili olmuştur (İçigen & Yılmaz, 2019: s.257). Islahat Fermanı’ndan sonra azınlıkların üzerindeki ikinci sınıf vatandaş baskısının azalması ve liman kentlerinde ticaretin yoğunlaşmasıyla birlikte konaklama ihtiyacı iyice artmıştır. 1863’te açılan “Sergi-i Umumi-i Osmaniye” sergisi için, farklı ülkelerden aralarında gazeteci, iş insanı ve fabrikatörlerin de bulunduğu büyük gruplar İstanbul’a gelmiştir. Bu gruplar Osmanlı topraklarını toplu halde ziyaret eden ilk turist kabileleridir. Sergi sonrası kabile, İstanbul’un tarihi yerlerini ve boğazları gezmek maksadıyla bir müddet daha burada kalmışlardır (Çetin, 2018: s.2). Bu tarz sergilerin devamı için daha sonraki yıllarda davetlilerin ve ziyaretçilerin gelip konaklayabilmesi için belli sayılarda otel ve türevi yapıların inşası zorunlu hale gelmiştir (Topuz, 2017: s.125).

Osmanlı topraklarının etnik yapısı, üç büyük dinin kutsal kabul edilen şehirlerine (Mekke, Medine ve Kudüs) hâkim olması ve misyonerlik çalışmalarının etkileri turistleri çekmektedir. Bu durum girişimci ve yatırımcıları da Osmanlı topraklarına getirmiştir. İngiliz bir iş adamı Beyoğlu'nda ve İstanbul'daki çeşitli tarihi bölgelerde yapılacak oteller için bir şirket kurulması hususunda ruhsat başvurusunda bulunmuş (Çetin, 2018: s.2), 1868 yılında İstanbul'da başka oteller inşa etmek amacıyla kurulan "Osmanlı Oteller Kumpanyası" konaklama alanında kurumsallaşmanın ilk örneklerinden biri olmuştur. Şirket, konaklama alanında faaliyet gösterecekler için standartlar belirlemekle kalmamış devletin bu konudaki hassasiyetlerinin güncellemesine belli oranlarda katkıda bulunmuştur. Bu sayede devlet otelcilik sektörüne ilişkin duyarlılıklarını yeniden değerlendirerek, bu alandaki yatırımları destekleme yönünde karar almıştır (Topuz, 2017: s.126).

Birinci Dünya Savaşı'nın başlaması, ekonomik ve politik problemlerin artması, yol güvenliği sorunlarına karşılık ulaşım sistemlerinin seferlerini azaltmaları hatta durdurmaları, seyahat edenlerin azalması, gayrimüslimlerin göçü vb. demografik yapıyı değiştiren tarihsel olaylar bu süreçte otel işletmelerini olumsuz etkilemiş ve müşteri bulamayan birçok otel kapanmak zorunda kalmıştır. Buhranlı dönem atlatılıncaya kadar uzun yıllar yeni bir otel açılmamıştır (Yakartepe & Binan, 2011: s.97). Ancak 1950'li yıllarda açılan Hilton (1955) ve Divan oteli (1958) ile beş yıldızlı oteller devri başlamıştır (Çilli, 2009: s.26). Fakat şehir otelciliğini daha üst seviyeye çıkarmak için atılan adımların o yıllarda henüz yeterli olmadığı söylenebilir. Turizmi teşvik etmeye yönelik kamu politikaları 1960'lı yıllarda beş yıllık kalkınma planlarıyla öncelikli olarak Akdeniz ve Ege kıyı bölgeleri için oluşturulmuştur. Özellikle 1980'li yıllardaki turizm teşviki ile yabancı turist sayısı artmış, tur operatörleri ve zincir otel işletmelerinin varlığı oluşmaya başlamıştır (Soyak, 2011). Küresel hareketlerin hızlandığı 1980 sonrası, Türkiye'de yürürlüğe giren teşvik yasalarının da büyük etkisiyle ülkedeki tesis, yatak ve turist sayısında önemli oranlarda artış görülmüştür (Bahar, 2007: s.61). Bu artış ile Türkiye'de otelciliğin gelişimi üzerinde farklılaşma ve ürün/hizmette bireyin özel tercihinine indirgenebilecek çeşitlendirme gibi popüler kültürün etkisiyle farklı akımlar oluşmuştur (Örki, 2014: s.32).

Bu çalışma, 19.yy'da açılmaya başlayan oteller hakkında bilgiler vermekte, Türk otelciliğindeki yeri ve öneminden bahsetmektedir. Daha önceki çalışmalarda farklı akademisyenler genellikle İstanbul tarihi otellerin bina yapısı, durumu (Çelebi, 2011; Yakartepe & İnan, 2011) ve mimari açıdan değerlendirme ve koruma (Çilli, 2009; Sedes, 2019) önerilerinden bahsetmektedir. Hizmet vermeye devam bu önemli otellerin web site içeriklerine dair herhangi bir inceleme yapılmadığı görülmekte ve alan yazınındaki bu boşluğun doldurulduğu düşünülmektedir.

## **Kavramsal Çerçeve**

### **Beyoğlu'nda Başlayan Şehir Otelciliği**

Şehir turizmi, "çeşitli turizm türlerinin kentsel alanların gelişimine ve yenilenmesine katkıda bulunduğu, ziyaretçilerin ve bölge sakinlerinin ilgisini çekmeyi amaçlayan bir şehrin tüm çekici turistik kaynaklarını temsil eder" (Garbea, 2013). Dünya Turizm Örgütü'ne göre şehir turizmi, "yönetim, üretim, ticaret ve hizmetler gibi tarım dışı ekonomi ve gelişmiş ulaşım özelliklerine sahip şehrsel alanlarda gerçekleştirilen turizm faaliyetidir" (UNWTO, 2020). Şehir otelciliği ise, şehir merkezlerinde konumlanmış ve genellikle iş seyahatleri, turistik gezi veya şehirdeki etkinliklere katılmak amacıyla konaklama hizmeti sunmaktır. Şehrin enerjisini ve canlılığını yakalamak isteyen konuklar için idealdir (Soyuçok, 2023). Bir şehir oteli, şehrin merkezinde, iş merkezi, alışveriş alanları, tiyatro, kamu binaları vb. yerlere kısa bir mesafede yer almalıdır. Gelişen turizmin etkisi ile şehirler için birer prestij kaynağı oluşturmaya başlayan ve bölgenin sosyal ve ticari yaşantısını zenginleştiren yapılar haline dönüşen şehir otelleri

ortaya çıkmıştır (Akçakaya, 2014). Özellikle şehir içi otellerin merkezi olması ve ulaşım rahatlığına sahip olması, iş amaçlı gelen otel kullanıcılarının da tercihlerini bu yönde kullanmalarına olanak sağlamıştır (Aydıncı, 2009: s.1-2). Beyoğlu/Pera'nın konaklama için popüler olmasının sebepleri; mimari yapıların ihtişamının yanında şehir merkezi içinde olması ve yabancı ziyaretçilerin konaklayabileceği, yemek ve sağlık hizmetlerinden rahatlıkla yararlanabileceği bir bölge olmasıdır (Yolcu, 2006: s.164). Oteller, Avrupa kültürüne özgü oldukları ve Levantenler tarafından işletildikleri için genellikle gayrimüslimler ile ilişkili bölgelerde açılmışlardır. Pera da gayrimüslimlerin yoğun olarak yaşadığı ve elçiliklerin bölgeye yakın olduğu bir yerleşim yeridir. Bu sebeple, ilk oteller burada açılmıştır (Yakartepe & Binan, 2011: s.83). Açılan otellerin listesi aşağıdaki tabloda kronolojik olarak gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Osmanlı Dönemi İstanbul'da Kurulan Oteller

Açıldığı Yıl	Otel İsmi	Açıldığı Yıl	Otel İsmi
1840	Hotel des Quatre Nations	1875	Hotel Restaurant Anatolie
1841	Hotel d'Angleterre	1876	Hotel Royal
1849	Grand Hotel d'Orient	1876	Hotel et Jardin du Teke
1849	Hotel de Bysance/ Byzance	1880	Hotel de la Corne d'Or
1849	Hotel de Pera	1880	Hotel Pesth
1851	Hotel de France (Lozan Palas)	1880	Hotel Imperial
1855	Ambassadeurs Hotel	1891	Grand Hotel de Londres ( <b>Hotel Belle Vue</b> )
1857	Hotel de France et de Paix	1891	Grand Hotel et Brasserie Metropole
1857	Hotel Restaurant des Colonies	1893	Hotel Bristol
1860	Hotel Restaurant du Palais des Fleurs	1895	Pera Palas Oteli
1860	Hotel d'Europe	1897	Tokatlıyan Oteli
1860	Hotel de Grece	1897	Hotel Kroecker
1862	Grand Hotel de Luxembourg	19.yy.sonu	Hotel de la Paix (Benzur Oteli)
1862	Hotel de Paris	19.yy. sonu	Hotel Germania
1864	Hotel de Ville de Vienne	19.yy. sonu	Hotel Grand Alexandre
1867	Hotel Kittrey	19.yy. sonu	Hotel la Constitution
1870	Hotel Saint Petersburg	19.yy. sonu	Hotel L'Esperance
1870	Hotel de la Grand Bretagne	19.yy. sonu	Hotel Minerva
1870	Hotel de Pesth	19.yy. sonu	Hotel des Princes
1871	Hotel du Nord / Hotel des Etrangers	19.yy. sonu	Hotel Florya
1875	Hotel de Constantinople	19.yy. sonu	Hotel Sarim
1875	Hotel de la Grand Bretagne	1908	Splendid Palas Hotel
1875	Grand Hotel National	1914	Petala Oteli – The Grand Tarabya
1875	Grand Hotel National	-	-

**Kaynak:** Üsdiken, 1992; Çilli, 2009; İçigen & Yılmaz, 2019: s.258.

Tablo 1.de gösterilen otellerin çoğu günümüze ulaşamamıştır. Birçoğunun zamanla harap olan, eskiyen yapısı yıkılarak baştan yapılması planlansa da yıkıldıktan sonra yerlerine ticarethaneler, bürolar, odalar hatta adliye (Hotel Royal binasının yerine Beyoğlu adliyesi inşa edilmiş, daha sonra yapı tekrar yıkılmıştır) binası inşa edilmiştir. Otel bina arsalarının özel mülk olması sebebi ile de bazı otellerin faaliyetlerine devam etmemesi yönünde karar alınmıştır. Kalan otellerin birçoğu ise zamanla popülerliğini yitirmiş ve yeni açılan beş yıldızlı zincir otel işletmelerinin sunduğu imkanlar ve olanaklar karşısında yetersiz kalmışlardır (Çilli, 2009).

Tablo 1'de yer alan ve tarihe adına yazdıran Hotel d'Angleterre, Hôtel des Quatre Nations (1840-1848)'dan sonra 1841'de İstanbul Boğazı'nın Rumeli yakasında Beyoğlu İstiklal Caddesi ile Humbaracı Yokuşu'nun kesiştiği yapı adasında Osmanlı İstanbul'unun ilk modern oteli olarak inşa edilmiştir. 1897 yılına kadar faaliyet sürmüştür.

Hidivyal Palas olarak da bilinen bu otel Türkiye'nin ilk batı stiline sahip otelidir (Akıncı, 2023). Bu yapı 1950 yılında iş hanına dönüştürülmüştür. Büyük Londra Otel 1891 yılında önce konut olarak inşa edilmiş ve sonrasında otel olarak kullanılmaya başlanmıştır. Pera Palas 1895 yılında açılmış, açıldığı dönem İstanbul'da yalnızca Amerikan Hastanesi ve Yıldız Sarayı'nda elektrik olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla Pera Palas'ta elektriğin olması büyük sükse yaratmıştır. Hatta Tepebaşı'nda oturan ahali otelin ışığından faydalanmaktadır. Ayrıca ilk elektrikli asansöre sahip ve odalara sıcak su verebilen ilk oteldir (Çaykara, 2013). Bristol Otel, Osmanlı devletinin hizmetinde Batılı yaşamı ve farklılıkları yansıtan bir vitrin vazifesi gören otellerden biridir. Günümüzde Pera Müzesi binasına dönüştürülmüştür. Tokatlıyan Otel ise, Pera Palas'tan yıllar sonra açılmış ve aralarında her zaman bir rekabet olmuştur (Ümit, 2020). Tablo 1'de gösterilen otellerden sadece Pera Palas ve Büyük Londra Hoteli Beyoğlu'nda hizmet vermeye devam etmektedir. 1908 yılında Büyükkada'da açılan Splendid Palas Hotel de hala ziyaretçilere açıktır. Otel yapıldığından bu yana 6 kuşaktır aynı ailenin mülkiyetinde ve idaresindedir. Türkiye'de 1.derecede tarihi eser statüsünde orijinallği ilk zamanlarındaki özelliklere sadık kalınarak işletilen tek oteldir (Splendidhotel.net). Petala Otel'i'nin (1914) yerine inşa edilen Büyük Tarabya Otel'i ise, Sarıyer'de 2002 yılına kadar dayanabilmiş sonrasında uzun yıllar yenilenmeyi beklemiş, kuruluşunun 100. yılında The Grand Tarabya Hotel (2014) olarak yeniden ziyaretçilere hizmet vermeye devam etmiştir (Özedincik, 2013).

## Yöntem

İstanbul'da Tanzimat döneminden sonra faaliyete geçmiş otellerin web sitelerinin değerlendirilmesi çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın kavramsal içeriğine ve amacına uygun olarak 2 temel soruya cevap aranmaktadır:

*1: Otel web sitelerinde olması gereken bilgi ve özellikler ne derece mevcuttur?*

*2: Otel web siteleri gelişen teknolojik öğelere ve modern otelcilik anlayışına uyum sağlamakta mıdır?*

Bu çalışma içerisinde günümüz konaklama endüstrisi alanında hizmet vermeye devam edebilen 4 otelin web sitesi incelenmiştir. Bahsedilen otellerden 3'ü kurulduğu yıllardan bu yana aynı lokasyonda, aynı bina içerisinde güçlendirme ve bakım çalışmaları yapılarak günümüze gelebilmiş kendi binalarında hizmet vermekte, bir tanesi kendi lokasyonunda orijinal hali ahşap yapı olduğu için yıkılarak yeni baştan inşa edilmiştir. İstanbul Beyoğlu'nun özellikle Meşrutiyet caddesi üzerinde yer alan tarihi binalarının eşsiz mimarisi, bölgenin hala kozmopolit olması, birçok sanat ve kültürel etkinliklere yakın olması sebebi ile birçok otel işletmecisinin ve yatırımcısının tercihidir. Günümüzde orijinal mimari yapısını koruyabilmiş binaların büyük otel işletmeleri tarafından işletildiği bunun yanı sıra çeşitli konuk evleri ve butik otellere dönüştürülen işletmelerin varlığı da gözlenmektedir. Bu işletmeler 19.yy. otelcilik tecrübesini yaşamamış ve dönemin ruhunu yansıtmadıkları için değerlendirmeye alınmamışlardır.

Otellerin web sitelerinin değerlendirilmesinde altı temel boyuttan oluşan bir değerlendirme formu kullanılmıştır. Maksüdünov (2019)'un çalışmasında kullanılan değerlendirme formu temel alınmış fakat bazı ölçütler ilgili literatür gereği değiştirilmiştir. 6 ana başlık altında 48 ölçüt maddelerinden 14 madde; örgüt şeması, ödüller, transfer hizmeti, bölgenin hava durumu, saat bilgileri, transfer hizmeti, müşteri temsilci bilgileri, SM bağlantıları, güncel döviz kuru, döviz çevirici, bölgenin genel tanıtımı, gezilecek yerler bilgisi, havaalanları ve ulaşım seçenekleri çıkarılmıştır. Telefon ve faks maddeleri birleştirilerek tek bir maddede değerlendirilmiştir. Güncel değerlendirme formu 5 ana başlık ve 34 maddeden oluşmaktadır. Değerlendirmede dikkat edilen ana başlıklar şu şekildedir; “işletme hakkındaki

bilgiler”, “tesis hakkında genel bilgiler”, “iletişim bilgileri”, “rezervasyon hizmeti” ve “web sitesi yönetim bilgileri”dir. Verilerin toplanması aşamasında web sitelerin dinamik yapısı sebebi ile bir kez ziyaret edilmiş ve veri toplama formundaki kriterlere göre değerlendirilmiştir. Web sitelerin değerlendirme formu Tablo 2.de gösterilmektedir.

**Tablo 2.** Otellerin Web Site Değerlendirme Formu

	Göstergeler	Pera Palace Hotel	Büyük Londra Oteli	The Grand Tarabya	Splendid Palas Hotel
İşletme Bilgileri	Hakkımızda	✓	✓	✓	✓
	Kariyer	✓	X	X	✓
	Vizyon	X	X	X	X
	Misyon	✓	X	X	X
	Logo	✓	✓	✓	✓
	Slogan	✓	X	X	✓
	Ödüller	✓	✓	X	✓
Tesis Bilgileri	Kapasite	X	✓	✓	✓
	Oda bilgileri	✓	✓	✓	✓
	Restoran/Bar	✓	✓	✓	✓
	Toplantı Salonu	X	X	✓	✓
	Eğlence/Spor	✓	X	✓	✓
	Hediyelik Eşya	✓	X	X	✓
	Fotoğraflar	✓	✓	✓	✓
	Tanıtım Filmi	✓	X	✓	X
Rezervasyon Hizmeti	Online Rezervasyon	✓	X	✓	✓
	Rezervasyonu İptal edebilme ve görülebilmek	✓	X	X	✓
	Fiyat Bilgisi	✓	✓	X	✓
	Online Ödeme	✓	X	X	✓
	Farklı para birimlerinde fiyat	✓	✓	X	✓
	Promosyon bilgileri	✓	X	X	✓
	Otele giriş- çıkış bilgisi	✓	✓	X	✓
İletişim	Telefon- faks	✓	✓	✓	✓
	e-posta	✓	✓	✓	✓
	Geri bildirim Formu	X	X	X	X
	SSS	X	X	X	X
	Ulaşım haritası	✓	✓	X	✓
Web Sitesi Yönetimi Bilgileri	Bilgilerin güncelliği	✓	✓	✓	✓
	Güncellenme tarihi	X	✓	✓	X
	Site içi arama motoru	X	X	X	X
	Site üyeliği	X	X	✓	X
	Yabancı dil Seçeneği	✓	✓	✓	✓
	Yardım menüsü	X	X	X	X
	Ana sayfaya kolay ulaşım	✓	✓	✓	✓
	Sitenin hızlı yüklenmesi	✓	✓	✓	✓

## Bulgular

İncelenen otellerin hepsinin web sitesi bulunmaktadır. Tablo 2’de görüldüğü üzere otel hakkında bilgi verilen kısım dört otelde de detaylıca anlatılmış. Otellerin köklü bir tarihe sahip olması sayesinde “otel hakkında” kısmı zengin içerik ve tarihsel görselle donatılmıştır. Otellerin logoları mevcuttur. Konaklama ve yeme-içme alanları ile ilgili bilgiler genellikle anasayfada üst menüde yer almaktadır. Yabancı dil alternatifi ve telefon, faks, e-posta gibi iletişim bilgileri otellerin hepsinde eklidir. Ayrıca sitenin yüklenme hızı ve anasayfaya kolaylıkla geri dönebilme sitelerin içerisinde mümkündür. Değerlendirme kriterleri içerisinde yer almasa da artık sosyal medyada var olmak işletmeler için büyük bir avantaj sağlamaktadır. Otellerin hepsinde sosyal medya hesaplarına kolay erişim simgeleri eklidir. Çalışmaya konu olan otellerin hepsinin “vizyon ve misyon” konusunda yetersiz kaldıkları, sadece Pera Palas Hotelin misyonunu belirlemiş olduğu görülmektedir. Yardım menüsü, SSS, geri bildirim formu, site içi arama motoru gibi öğeler otellerin web sayfasında bulunmamaktadır. Otellerin tümünde ana menü harici bilgilere ulaşabilecekleri hızlı menü eklentisinin bulunması ziyaretçilere kolaylık sağlaması açısından iyi düşünülmüştür. Hızlı menü 4 otelin de web sitesinin alt kısmında yer almaktadır. Oteller hakkında elde edilen diğer bulgular aşağıdaki gibidir:

Pera Palas Hotelin web sayfası, değerlendirme kriterlerinin birçoğunu karşıladığı görülmektedir. Bununla birlikte;

- Kriterlerin dışında günümüz modern otelcilik anlayışına ve ziyaretçilerin değişen beklentilerine yönelik uygulama ve etkinliklere Pera Palas Hotel web sitesinde “Pera Palas Journal” kısmında yer verildiği dikkat çekmektedir. Ayrıca 2015 yılından beri ev sahipliği yaptığı, Türkiye’nin ilk ve tek polisiye edebiyat organizasyonu “Kara Hafta Festivali” hakkında bilgi verilmiş, Yeme- İçme, Seyahat, Kent Kültürü ve Tarih gibi başlıklarda ziyaretçilere tavsiyeler ve destinasyon hakkında bilgiler verilmektedir.
- “Yolu Pera’dan Geçenler” kısmında otelde konaklayan ünlü isimlerden bahsedilmekte ve Pera’nın Hikayesi kısmında tarihi binalara ve hikayelerine değinmektedir. Ayrıca ana menüde “Etkinlikler” başlığı içerisinde yine farklı dönemlerde gerçekleştirilen konser ve etkinlikler ile ilgili bilgilere yer verilmiş.
- Anasayfada otel logosun hemen üst kısmında “Sağlık & Güvenlik” başlığı yer almaktadır. Bu sekme içerisinde Covid-19 tedbirleri, hijyen ve temizlik standartları hakkında bilgiler yer almaktadır.
- Ana sayfada 3 adet tanıtım videosu bulunmakta ve “Ayrıcalıklı Deneyimler” sekmesi altında “Pera Hediyelik Eşya Mağazası” hakkında bilgilere ulaşılmaktadır.
- Sitenin en altında yer alan alt menüde; Kullanım ve Şartlar, KVKK Politikası, Gizlilik Politikası, Teklifler (Promosyon) ve tekrar Pera Palace Journal sekmelerine yer verilmiştir.
- Diğer otellerin web sayfasında da yardım menüsü bulunmamakta fakat Pera Palas Hotelin web sitesinde ziyaretçilerin iletişime geçebileceği bir eklenti bulunmaktadır. Siteye girildiği andan itibaren sağ alt köşeden ulaşmak mümkün.
- Sosyal sorumluluk sayfası ekli fakat henüz veri girişi gerçekleştirilmemiştir.
- Mustafa Kemal Atatürk’ün Pera Palas’ta konakladığı oda müze haline getirilmiş ve anasayfa üst menüde “Atatürk müze odası” başlığına yer verilmiştir. Bu bölüm içerisinde oda hakkında detaylı bilgi, odanın video görüntüleri (YouTube aracılığıyla) ve resimleri yer almaktadır. Ayrıca düğün ve spa gibi ayrıcalıklı deneyimlere sahip olmak isteyenler için gerekli bilgiler ve yönlendirmeler yan menüde yer almaktadır.
- Ek olarak sitede genel müdürün mesajına ve otelin restoranları hakkında tanıtıcı ifade ve görsellere yer verilmiştir.

Splendid Palas Hotelin web sayfası Pera Palas gibi kriterlerin birçoğunu kapsamaktadır. Site içerisinde;

- Ödüllere rezervasyon butonuna tıklandığında açılan sayfanın en alt kısmında yer verilmiş. Site üyeliği yok fakat misafir portalı kısmından girildiğinde rezervasyon bilgileri görüntülenmekte ayrıca anasayfa üst menüde fırsatlar başlığı altında e- bültene üye olma imkânı oluşturulmuş.
- Diğer otellerden farklı olarak “Basın” başlığı eklenmiş ve içerisinde otel ile ilgili basında yer almış haberlere ulaşmak mümkündür.
- Ulaşım haritasının yanında havaalanlarından ulaşım ve transferler hakkında detaylı bilgi paylaşımı dikkat çekmektedir.
- Otelin web sayfasında promosyon ve indirimler hakkında bilgi yer almamakta fakat yine fırsatlar başlığı göze çarpmaktadır. Burada kariyer anlamında bir fırsat olmadığı, konaklama veya farklı etkinlikler için gerçekleştirilecek olan fırsatların yayınlandığı düşünülmektedir.
- “Gizlilik Politikası”, “Şartlar & Koşullar” hakkında da detaylı bilgilere ulaşılabilir.
- Uygunluğa göre otelden geç çıkış imkânı sunduğunu belirtilmekte ve Splendid Palas Butik markası yaratılarak diğer sosyal hesaplarından da satış işlemi gerçekleştirmektedir.
- Büyükada’nın hava durumunu bildiren eklenti mevcuttur.
- Kariyer ve işe başvurma süreçleri ile ilgili ana bir başlık bulunmaktadır.

Grand Hotel de Londras web sayfası incelendiğinde;

- Agatha Christie ve Orient Express Odaları ve otelin eski yıllara ait fotoğrafları dikkat çekmektedir. Ziyaretçiler siteden rezervasyon yapılmak istendiğinde farklı bir aracı siteye yönlendirilmektedir. Kendi alt yapısında rezervasyon sistemi hazırlanmamıştır.
- Fiyat ve diğer rezervasyon bilgilerine aracı siteden ulaşmak mümkündür. Otele ulaşım hakkında detaylı bilgi mevcut, hatta İstanbul Raylı Ulaşım Haritası paylaşılmıştır.
- “Kişisel Verilerin Korunması” ve “Gizlilik Politikası” hızlı menüde yer alan diğer öğelerdir.
- Hava durumunu bildiren ek özellik burada da mevcuttur. İşe başvurma işe alım gibi süreçlerle ilgili bilgilerin yer aldığı kariyer bölümü bulunmamaktadır.

The Grand Trabya Otel’inin web sitesi incelendiğinde tıpkı otel binasının yeniden yapılması ve modern mimari dokunuşlarla desteklenmesi gibi web sitesinin de daha modern ve günümüz 5 yıldız konseptindeki lüks otellerin web sitelerine benzer şekilde tasarlandığı söylenebilmektedir.

- Diğer 3 otelden farklı olarak üyelik sistemi başlatılmıştır. Ziyaretçiler The Grand Tarabya’nın kulüp üyesi olarak farklı ve ekstra hizmetlere erişim sağlayabildiği görülmektedir.
- Grand Hotel de Londras gibi The Grand Tarabya Otelinin de sloganı paylaşılmamıştır.
- Online rezervasyon sayfası var fakat aktif değildir. Dolayısıyla fiyat bilgisine ulaşılmamaktadır.
- Ana sayfa üst menüde konaklama ve yeme-içme alanlarından başka Düğün, Toplantı ve Spa& Fitness başlıkları dikkat çekmektedir.
- İşe başvurma işe alım gibi süreçlerle ilgili bilgilerin yer aldığı kariyer bölümü otelin web sayfasında bulunmamaktadır.



## Sonuç ve Tartışma

Oteller bir ülkenin ve şehrin hem geçmişini hem bugününü anlatan bir mistik mekânlardır. İstanbul'un en ünlü otelleri tarih sayfalarında, eski gazete küpürlerinde ve kartpostallarda yerini almıştır. Ne mutlu ki koca bir şehrin kalbinin attığı yer olarak görülen Pera bölgesi bugün de eski günlerini aratmamaktadır. İstanbul'da Tanzimat sonrası açılmaya başlayan otel işletmelerinin çoğu farklı sebeplerden (bina yapısı, yangınlar, depremler, ilgisizlik ve bakımsızlık, vs.) dolayı günümüze ulaşamamıştır. 19. yy.'da açılmaya başlayan oteller Türkiye şehir otelciliğinin en asil öncüleridir. Günümüze ulaşmayı başaramamış bu eski yapıların yıllardır aynı işlevi yerine getiriyor olması otelcilik alan yazını için büyük gururdur. Dolayısıyla bu çalışma kapsamında günümüzde faaliyetlerine devam edebilen 4 otel işletmesinin web siteleri incelenmiş ve araştırma sorularına cevap aranmıştır. Otellerin web sitelerinde olması gereken bilgi ve özellikler yeterli derecede mevcuttur. Çağın gereksinimlerini büyük ölçüde karşılamaktadır. Fakat gelişen teknolojik öğelere ve modern otelcilik anlayışına uyum sağlama konusunda otellerin hepsinin başarılı olduğu söylenemez. Değerlendirme formunda yer alan 35 kriterden Pera Palas Hotel ve Splendid Hotel 26 kritere, Büyük Londra Hotel ve Grand Tarabya Oteli ise 18 kritere sahiptir. Çalışmada elde edilen bulgulara yönelik öneriler şöyledir;

- İşletme bilgisi boyutunda sloganı olmayan otel işletmelerinin slogan oluşturmaları, ayrıca misyon vizyonlarının belirlenip paylaşılması önerilmektedir. Çalışma kapsamında ele alınan otellerin web sitelerini pazarlama aracı olarak kullanabilmeleri için kriterlerin tamamını karşılayabilecek şekilde güncellemeleri gerekmektedir.
- Değerlendirme kriterleri yanı sıra, 7/24 ulaşılabilir olmak için Chatbot özelliği otellerin web sitesine eklenebilir. Günümüz ziyaretçileri farklı deneyimlere açık ve teknolojik yeniliklere meraklıdır. Dolayısıyla yıllara meydan okuyan bu değerli otellerin odalarının 360 derece gezme imkanının sunulması ziyaretçilerin oldukça ilgisini çekecektir.
- Tesis bilgilerine ilişkin verilerin yer aldığı boyutta genellikle oda bilgileri, restoran, toplantı salonu, eğlence, spor salonu gibi başlıklar değerlendirilmiş ve genel olarak bütün otellerin bu kriterleri karşıladığı görülmüştür. Otellerin ikisinde tanıtım filmi paylaşımına rastlanamamıştır. İyi bir tanıtım filmi bu kadar uzun yıllar hizmet veren otel işletmeleri için etkili olabilir. Hatta belgesel tarzında çekilecek olan tanıtım filminde otelde kalan ünlü kişilere yer verilebilir. Otelin dünü ve bugünü gibi karşılaştırması yapılabilir.
- Hediyelik eşya mağazaları otelde konaklama yapan ziyaretçilerin deneyimini somutlaştırmaya yarayan işletmelerdir. Bir hatıra eşyası otelde geçen anları unutulmaz yapacak sihirli güce sahiptir. Dolayısıyla içerisinde eski Beyoğlu'nu hatırlatacak nostaljik öğelerin yer aldığı mağazalar oluşturulabilir.
- Rezervasyon hizmetleri boyutu bütün otel işletmeleri için önemlidir. Potansiyel müşteriler konaklamak isteyeceği otel odasının müsaitlik durumunu bilmek istediği gibi fiyatını da önceden görüntülemek ister. Rezervasyon görüntüleme veya iptalini yapabilme gibi özelliklerin geliştirilmesi gerekmektedir. Promosyon veya sezona göre yapılan indirimlerin web sitelerinde yayınlanması, ekstra indirim veya ayrıcalık kazandırmayı sağlayan kulüp üyeliği, ayrıcalıklı üyelik veya e -bültene kaydolmak gibi satış tekniklerinin de geliştirilmesi önerilmektedir.

- İletişim bilgileri boyutunda bütün otellerde geri bildirim formuna yer verilmemiş, müşteri sadakatini ve değer zincirini koruyabilmek için ziyaretçilerin geri bildirimleri çok önemlidir. Bununla birlikte SSS bölümü eklenebilir.
- Web site yönetim bilgileri boyutunda yardım menüsü eksik kriterlerden biridir. Bu tarz bir sekme eklenebilir. Fakat daha önce önerilen Chatbot uygulaması ya da 7/24 ulaşılabilir olma durumu sayesinde gerek duyulmayabilir. Site içi arama motorunun aranılan bir özelliğe, veriye veya bilgiye daha kolay ulaşmayı sağlayacağı için oteller için önerilmektedir.

Zaman hızla akıp giderken bugün açılan oteller yarının tarihi oteli olmaya mahkumdur. Tanzimatın ilanından sonra açılan otel işletmelerinin sosyo-kültürel etkileri bambaşka bir araştırma konusudur. Modernleşmeye olan katkısı yadsınamayacağı gibi çağdaş konaklama kültürünün temellerinin atılması bu dönemde başlamıştır. Bu çalışma içerisinde incelenen oteller, otelcilik tarihi açısından en önemlileridir. Aktif olarak faaliyetlerine devam etmekte ve yeni nesil otellerden daha farklı hizmet sunma şekilleri olduğu söylenebilir. Otellerin web sitelerinin genel görüntüsü, eski ile bağıni koparmayan hatta o bağdan güçlenmiş ve her ne olursa olsun dimdik ayakta duran değerli otel işletmeleri olduklarını göstermektedir. İleride, bu özel tarihi otellerde konaklama deneyimine sahip olan ziyaretçilerin yorumları ile ilgili çalışmalar yapılabilir. Ziyaretçi yorumları ile farklı başlıklar altında otellerin değerlendirmeleri yapılabilir.

## KAYNAKÇA

- Akbulut, İ. (2007). Vakıf kurumu, mahiyeti ve tarihi gelişimi. Vakıflar Dergisi, 30, 61-72.
- Akçakaya, E. (2014). Kent Otellerinin Güncel Tasarım Kriterleri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Akıncı, T. (2023). Beyoğlu Hotel D'angleterre, <https://www.turanakinci.com/portfolio-view/beyoglu-hotel-dangleterre/>. Erişim Tarihi: 11.05.2023.
- Aydıncı, B. G. (2009). Kent Otellerinde Ortak Kullanım Alanlarının İncelenmesi, Talimhane Bölgesi Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Bahar, O. (2007). Küreselleşme sürecinde Türkiye'de turizm sektörüne sağlanan teşvikler, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(1), 61-78.
- Bayer, M., Z. (1992), Turizm'e Giriş, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını.
- Cezar, M. (1981). Türk Tarihinde Kervansaray. VIII. Türk tarih kongresi Ankara 11-15 Ekim 1976 kongreye sunulan bildiriler, II. Cilt (ss. 931-940). Ankara: TTK.
- Çaykara, E. (2013). Pera Palas'ın 121 Yıllık Nefes Kesen Hikayesi, web: <https://egoistokur.com/istanbul-hikayeleri-pera-palasta-bir-gece/>, 12.10.2018.
- Çelebi, M. E. (2011). Galata ve Pera'da Otel Yapılarının Gelişimi (1840-1914). Sigma, 3, 300-307.
- Çetin, E. (2018). 19. Yüzyılın ikinci yarısında Osmanlı Devleti'nde otel ve misafirhanelere dair düzenlemeler, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 29(1), 1-14.

- Çilli, Ö. (2009). Tanzimat sonrası Osmanlı Otel Mimarisi ve Pera Palas, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Garbea, R. V. (2013) Urban tourism between content and aspiration for urban development. *Management & Marketing*, 11(1), 193-201.
- Güran, C. (1978). Türk Hanlarının Gelişimi ve İstanbul Hanları Mimarisi. İstanbul: Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları.
- İçigen, E. T. & Yılmaz, G. (2019). Osmanlı Döneminde 1840-1923 yılları arasında modern anlamda otel işletmelerinin gelişimi üzerine nitel bir araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(3), 257 – 258.
- Kantarcı, K. & Yörükoğlu, M. A. (1998). Konaklama İşletmelerinde Ön Büro ve Yönetimi, Ankara: Detay Yayınevi.
- Kara, M. A. (2019). Sayfiye yerleşimlerinin oluşumu ve ikincil konut stoklarına dönüşümü. *Dünya Multidisipliner Araştırmalar Dergisi*, 2019 (2), 95-105
- Kırımtayf, S. (2002). On Dokuzuncu Yüzyılda Avrupa ve Amerika'daki Otellerle Kıyaslandığında Pera Palas'ın Yeri, Efsanelerden Günümüze İstanbul. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Maksüdünov, A. (2019). Otel web sitelerinin içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmesi: Bişkek'te bir araştırma, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21 (37): 186-196.
- Olalı, H. & Korzay, M. (1993), Otel İşletmeciliği. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Örki, A. (2014). Neoliberalizm ve Kültürel Etkileşim: Türkiye Otelcilik Sektörü, Yüksek Lisans Tezi, Gediz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Özedincik, S. (2013). 100 yıllık tarihi otel yeniden başrolde! <https://www.sabah.com.tr/magazin/100-yillik-tarihi-otel-yeniden-basrolde-2337601>, Erişim Tarihi: 20.02.2019.
- Özkurt, M. Ç. (2005). Düyun-u Umumiye İstanbul Merkez Binası'nın Tanzimat Sonrası Osmanlı Mimarlığı Bağlamında Değerlendirmesi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Sedes, F. (2019). Kervansaraylardan Otellere, *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 6(3), 1373-1392.
- Sengir, A. (2018). Yazlık kültürü Osmanlı'da başladı, <https://www.ensonhaber.com/tarih-haberleri/yazlik-kulturu-osmanlida-basladi>, 17.02.2019.
- Seyahat Dergisi, (2018). <https://seyahatdergisi.com/ciragan-sarayi-nerede-kahvalti-dugun-fiyatlari-ve-tanitimi/>, Erişim tarihi: 21.10.2018.
- Soyak, A. (2011). Turizm Sektöründe Bağımlılığın Sonuçları ve Politika Önerileri 2, içinde, Ekonomi ve Politikada Ulusal Tavır, İstanbul: Derin Yayınları.
- Soyuçok, E. (2023). Şehir Oteli Nedir? Şehir Otelinde Hangi Özellikler Bulunur? <https://www.evrengunlugu.net/2023/07/17/sehir-oteli-nedir-sehir-otelinde-hangi-ozellikler-bulunur/>. Erişim Tarihi: 18.07.2023.
- Splendid Hotel, (2023). <https://www.splendidhotel.net/our-story>, Erişim Tarihi: 06.03.2023.

- Topuz, E. (2017). Tanzimat Sonrası Osmanlı'da Otelcilik Teşebbüsleri ve Osmanlı Oteller Kumpanyası, IWACT, ISBN-978-605-67761-8-2 Genişletilmiş Baskı, 119-128.
- UNWTO (2020). Urban Tourism. <https://www.unwto.org/urban-tourism>, Erişim tarihi: 10.05.2020.
- Ümit, A. (2020). Beyoğlu'nun vaktinden önce 'check out' yapan üç oteli, <https://istanbullife.com.tr/ahmet-umit/beyoglunun-vaktinden-once-check-out-yapan-uc-oteli/#:~:text=1895'te%20a%C3%A7%C4%B1lan%20Pera%20Palas,otel%20de%20art%C4%B1k%20varl%C4%B1klar%C4%B1n%C4%B1%20s%C3%BCrd%C3%BCrm%C3%BCyor>. Erişim Tarihi: 03.02.2022.
- Üsdiken, B. (1992). Beyoğlu'nun eski ve ünlü otelleri-V, Tarih ve Toplum, 28-35.
- Yağan N. B. & Binan C.Ş. (2017). İstanbul'un Tarihi Sayfiye Alanlarındaki Yapıların Komşuluk İlişkileri Üzerine Bir Değerlendirme, 10. Uluslararası Sinan Sempozyumu, Edirne.
- Yakartepe, E. Ç. & Binan C. (2011). İstanbul'un modernleşme dönemi otelleri (1840-1914), MEGARON, 6(2):79-94.
- Yolcu, E. (2006). Şehir Otelleri, Çevre, Mekân, Tasarım İlkeleri Üzerine, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.

**Istanbul Hotel Management After the Tanzimat Reform Era****Ayşegül KUTLUK BOZKURT**

Kırklareli University, Faculty of Tourism, Kırklareli/Türkiye

**Extended Summary**

With the imperial edict of reorganization (November 3, 1839), many innovations were experienced in the sense of Westernization in the Ottoman Empire, the absolute powers of the monarch were limited by taking the secular legal principles of the West as an example, and issues such as security of life and property, legalization of taxes and abolition of tax farming were emphasized (Özkurt 2005: p.12-15). Over time, with the arrangements made after the Tanzimat Edict, the trade agreements signed by the Ottomans, the removal of the restrictions on the places of non-Muslims and the increase in population density, places such as caravanserais and inns changed and turned into hotels (Topuz, 2017). Thanks to this transformation, the adventure of hotel management officially started in the history of Türkiye.

In the period when relations with the West were good, the number of travelers coming from Europe for both political and commercial reasons and interest in Eastern culture increased considerably. Increased (İçigen and Yılmaz, 2019: p.257). After the Reform Edict, the need for accommodation increased with the decrease in the pressure of second-class citizens on the minorities and the intensification of trade in the port cities. For the exhibition "Sergi-i Umumi-i Osmani" which opened in 1863, large groups from different countries, including journalists, businessmen and manufacturers, came to Istanbul. These groups were the first tourist convoys to visit the Ottoman lands en masse. After the exhibition, the group stayed here for a while to visit the historical places of Istanbul and the Bosphorus (Cetin, 2018: p.2). For the continuation of such exhibitions, it became necessary to build a certain number of hotels and derivative buildings in the following years for the guests and visitors to come and stay (Topuz, 2017: p.125).

The reasons why Beyoğlu/Pera is popular for accommodation; besides the magnificence of architectural structures, it is in the city center and it is a region where foreign visitors can stay and benefit from food and health services easily (Yolcu, 2006: p.164). Hotels are usually opened in areas associated with non-Muslims, as they are typical of European culture and run by Levantines. Pera is also a settlement where non-Muslims live intensely and embassies are close to the region. For this reason, the first hotels were opened here (Yakartepe & Binan, 2011: p.83).

Among the hotels opened in the 19th century, only Pera Palace and the Greater London Hotel provide service in Beyoğlu. Splendid Palas Hotel, which was opened in 1908 in Büyükkada, is open to visitors. The hotel has been owned and managed by the same family for 6 generations since it was built. It is the only hotel in Turkey, which has the status of a first-degree historical monument and is operated by keeping its originality to the features of the first day (Splendidhotel.net). The Büyük Tarabya Hotel, which was built in place of the Petala Hotel (1914), survived until 2002 in Sarıyer, then waited for many years to be renovated, and continued to serve by opening its doors to visitors as The Grand Tarabya Hotel (2014) in the 100th anniversary of its establishment (Özedincik, 2013).

An evaluation form consisting of six basic dimensions was used in the evaluation of the websites of the hotels. The evaluation form used in Maksüdunov's (2019) study was taken as a basis. After the appropriate changes, the current evaluation form consists of 5 main headings and 35 items. Of the 35 criteria included in the evaluation form,

Pera Palas Hotel and Splendid Hotel have 26 criteria, while the Greater London Hotel and Grand Tarabya Hotel have 18 criteria.

It is recommended that hotel businesses that do not have a slogan in the dimension of business information should create a slogan, and also determine and publish their mission visions. The hotels considered within the scope of the study should update their websites to meet all the criteria to use them as a marketing tool. In addition to the evaluation criteria, the Chatbot feature can be added to the websites of the hotels to be available 24/7.

The possibility of 360-degree tours of the hotel rooms will also attract the attention of the visitors. In the dimension where the data related to the facility information is included, titles such as room information, restaurant, meeting room, entertainment, gymnasium were evaluated and it was seen that all hotels met these criteria in general. No promotional film was shared in two of the hotels. A good promotional film can be effective for hotel businesses that have been in service for so many years. Interviews can be made with famous people staying at the hotel in the promotional film, which will be shot in documentary style. Comparisons of the hotel such as yesterday and today can be made. The presence of souvenir shops are businesses that serve to embody the experience of visitors staying at the hotel. A souvenir has the magical power to make hotel moments unforgettable. Therefore, it is recommended that hotels create souvenir shops/businesses or sales points in appropriate places within the hotel.

The reservation services dimension is important for all hotel businesses. Potential customers want to know the availability of the hotel room they want to stay in, as well as want to view the price in advance. Features such as viewing or canceling reservations need to be improved. It is also recommended to develop sales techniques such as publishing promotions or seasonal discounts on websites, club membership providing extra discounts or privileges, privileged membership or signing up for an e-newsletter.

Feedback forms are not included in all hotels in terms of contact information, and visitors' feedback is very important to maintain customer loyalty and the value chain. However, the FAQ section can be added. The help menu in the dimension of website management information is one of the missing criteria. Such a tab can be added. However, it may not be needed thanks to the previously recommended chatbot application or 24/7 availability. It is recommended for hotels as the on-site search engine will provide easier access to a desired feature, data or information.